

# pmt

TARGI  
RYNEK  
OPINIE

1/2008 ISSN 1230-8994

[4-29]

## Co na targach?

[30-31]

## Mówią wystawcy

## Kalejdoskop targowy [32-33]



**SPOTKAJ PRZYSZŁOŚĆ**

# W nowy rok z nową ideą

**W 2008 roku Międzynarodowe Targi Poznańskie rozpoczną nową kampanię promocyjną. Jej hasło to „Spotkaj przyszłość”. Takie właśnie billboardy, z motywem odrzutowca łączącego się na tle nieba z kluczem ptaków, spotkać będzie można w całej Polsce.**

  
**spotkaj przyszłość**

*– Motyw „Spotkaj przyszłość” dobrze oddaje istotę tego, czym są targi. Tworzą one bowiem przede wszystkim miejsce bezpośredniej komunikacji. Spotkania biznesowe, do których dochodzi na targach, stają się początkiem handlowej współpracy, dając firmom impuls do szybkiego rozwoju. Znak naszej kampanii jest jej bardzo wyrazistym podsumowaniem: obrazuje perspektywę nowych możliwości działania i rynkowego sukcesu, którą otwiera przed firmą udział w imprezie targowej – wyjaśnia Iwona Kasprzak, dyrektor marketingu MTP.*

## CO JESZCZE PRZED NAMI

26-27.04.2008	<b>LOOK</b> – Forum Fryzjerstwa <b>BEAUTY VISION</b> – Forum Kosmetyki i Solariorów
09-11.05.2008	<b>FIT-EXPO</b> – Fitness & Sport Park <b>POZNAŃSKIE SPOTKANIA MOTORYZACYJNE</b>
10-11.05.2008	<b>Electronic Sports World Cup Poland (ESWC)</b>
13-15.05.2008	<b>EXPOPOWER</b> – Międzynarodowe Targi Energetyki
15-17.05.2008	<b>Kongres Stomatologiczny</b>
28-31.05.2008	<b>BUDMA INTERIOR</b> – Targi Wykończenia i Renowacji Wnętrz <b>MEBLE</b> – Targi Mebli <b>HOME DECOR</b> – Targi Wyposażenia i Wystroju Wnętrz <b>LUMINEXPO</b> – Salon Oświetlenia i Techniki Oświetleniowej
9-11.06.2008	<b>INFOSYSTEM</b> – Informatyka dla Przemysłu i Administracji
9-12.06.2008	<b>INNOWACJE – TECHNOLOGIE – MASZYNY POLSKA (ITM-POLSKA)</b> , w tym salony: <b>HAPE</b> – Salon Hydrauliki, Pneumatyki i Napędów • <b>MACH-TOOL</b> – Salon Obrabiarek i Narzędzi • <b>METALFORUM</b> – Salon Metalurgii, Hutnictwa, Odlewnictwa i Przemysłu Metalowego • <b>SURFEX</b> – Salon Technologii Obróbki Powierzchni • <b>TECHNOGAZ</b> Salon Gazu i Nafcy • <b>TRANSPORTA - WELDING - NAUKA DLA GOSPODARKI</b>
02-04.09.2008	<b>TEX-STYLE</b> – Targi Tkanin, Odzieży i Dodatki <b>NEXT SEASON</b> – Salon Kontraktacji <b>BODY STYLE</b> – Salon Bielizny i Mody Płazowej <b>SPECIAL DAYS</b> – Salon Mody Ślubnej, Komunijnej i Wieczorowej <b>TARGI OBUWIA, SKÓRY I WYROBÓW SKÓRZANYCH</b> <b>EURO-REKLAMA GIFT EXPO</b> – Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych
14-18.09.2008	<b>POLAGRA-TECH</b> – Międzynarodowe Targi Technologii Spożywczych, w tym salony: <b>14-18.09.2008</b> – Salon Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego • <b>15-17.09.2008</b> – Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności • <b>15-18.09.2008</b> – Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Mleczarskiego • <b>15-18.09.2008</b> – Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Spożywczego
15-18.09.2008	<b>POLAGRA-FOOD</b> – Międzynarodowe Targi Wyrobow Spożywczych i Gastronomii

15-18.09.2008	<b>TAROPAK</b> – Międzynarodowy Salon Techniki Pakowania i Logistyki
25-27.09.2008	<b>XVIII Środkowoeuropejska Wystawa Produktów Stomatologicznych CEDE<sup>1)</sup></b> <b>XIV Zjazd Zespołów Stomatologicznych</b>
02-05.10.2008	<b>PRO-HORTI</b> – Salon Kontraktacji Ogrodniczych
03-05.10.2008	<b>FARMA</b> – Międzynarodowe Targi Hodowli Zwierząt i Rozwoju Obszarów Wiejskich <b>KRAJOWA WYSTAWA OGRODNICZA<sup>2)</sup></b> <b>KRAJOWA WYSTAWA ZWIERZĄT HODOWLANYCH<sup>3)</sup></b> <b>DREMASILESIA-MEBELTECHEXPO</b> – Targi Maszyn i Narzędzi do Obróbki Drewna <sup>4)</sup> (Katowice)
16-17.10.2008	<b>BUY POLAND</b>
16-18.10.2008	<b>TOUR SALON</b> – Targi Regionów i Produktów Turystycznych <b>INVEST-HOTEL</b> – Targi Wyposażenia Hoteli
18-19.10.2008	<b>HOBBY</b> – Salon Modelarstwa
27-29.10.2008	<b>Międzynarodowe Targi Higieny i Ochrony przed Szkodnikami</b>
27-30.10.2008	<b>POLEKO</b> – Międzynarodowe Targi Ochrony Środowiska <b>KOMTECHNIKA</b> – Międzynarodowe Targi Techniki Komunalnej
13-16.11.2008	<b>BOAT SHOW</b> – Targi Żeglarsstwa i Sportów Wodnych <sup>5)</sup>
15-18.11.2008	<b>GLASS&amp;STONE</b> – Targi Branży Szklarskiej, Targi Branży Kamieniarskiej
21-22.11.2008	<b>OPTYKA</b> – Targi Optyczne <sup>6)</sup>
22-23.11.2008	<b>POZNAŃ GAME ARENA (PGA)</b> – Targi Multimedii i Rozrywki
04-07.12.2008	<b>FESTIWAL SZTUKI I PRZEDMIOTÓW ARTYSTYCZNYCH</b>

1) Organizator: Exactus sp. j.

2) Współorganizator: Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Ogrodnictwa O. Poznań

3) Współorganizatorzy: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Krajowe Centrum, Hodowli Zwierząt oraz Związki Hodowców Zwierząt

4) Współorganizator: Międzynarodowe Targi Katowickie

5) Współorganizator: Interservis sp. z o.o. w Łodzi

6) Współorganizator: Krajowa Rzemieślnicza Izba Optyczna KRIO



## W KALENDARZU

Kolejny rok inwestycji

2

## CO NA TARGACH?



TARGI BUDOWLANE

– silna marka

4

HOBBY I BIZNES NA TARGACH

– dobry czas na ryby

11

TARGI ROLNICZE – maszyny na start

14

TARGI KSIĄŻKI I EDUKACJI

– w świecie wiedzy i wyobraźni

18

TARGI PRZEMYSŁU ODZIEŻOWEGO

– 6 x moda i biznes

24

## MÓWIĄ WYSTAWCY

Dać się poznać, dać się zapamiętać

30

## KALEJDOSKOP

32

## RYNEK

Bilans na plus

34

## POZNAŃSKIE KLIMATY

Wszystkie drogi prowadzą do... Zamku

36



foto: serwis prasowy MTP

Szanowni Państwo,

za nami pierwszy kwartał 2008 roku. Trzy miesiące w kalendarzu Międzynarodowych Targów Poznańskich to wiele wydarzeń – kolejne edycja znanych i uznanych imprez targowych, ale także targi zupełnie nowe, spotkania w Centrum Kongresowym

Poznań-Targi, wystawy, ekspozycje – nie tylko targowe.

Tereny MTP tętnią życiem także na zupełnie innej płaszczyźnie – kolejne pawilony poddawane są modernizacji i przebudowie, przygotowywane są plany długofalowych inwestycji. Wszystkie te przedsięwzięcia mają służyć Państwu – naszym partnerom: wystawcom, zwiedzającym, organizatorom i uczestnikom konferencji i kongresów.

Dlatego właśnie oddajemy do Państwa rąk nasze wydawnictwo, Poznański Magazyn Targowy, w zmienionej formule. Od tego roku ukazywał się będzie regularnie, co kwartał, podsumowując najważniejsze ostatnie wydarzenia z działalności Międzynarodowych Targów Poznańskich. Chcemy za jego pośrednictwem docierać z zawsze aktualnymi informacjami do naszych partnerów, mając jednocześnie nadzieję na zainteresowanie naszą ofertą tych z Państwa, z którymi jeszcze nie współpracowaliśmy.

W tym numerze sporo uwagi poświęcamy najnowszym inwestycjom w infrastrukturę targów. Okiem reportera zaglądamy na targi, które odbywały się przez minione trzy miesiące, przybliżając ich formułę i najciekawsze wydarzenia. Nie zapominamy o aspektach ekonomicznych i gospodarczych, kształtujących w dużej mierze kierunki rozwoju naszych targów. Oddajemy także głos samym wystawcom – to oni, bazując na własnych doświadczeniach, odpowiadają, jak sprawić, by targowe wystąpienie firmy nie przeszło niezauważone.

MTP są najbardziej rozpoznawalnym w Polsce symbolem Poznania. Pobyt na targach daje także okazję do bliższego poznania tego miasta. W tym numerze chcemy zachęcić Państwa do odkrycia artystycznej strony Poznania.

Zapraszam serdecznie do lektury tego i następnych wydań PMT.

Przemysław Trawa  
prezes zarządu MTP



POZNAŃSKI MAGAZYN TARGOWY 1/2008 (313)

Oficjalne czasopismo Międzynarodowych Targów Poznańskich. Wydawane od 1959 r.

Redaktor naczelna: Halina Buczkowska

Redakcja: Aldona Kasietczuk, Dorota Krawczak, Donata Naumienko, Anna Olszewska-Marcinkiewicz, Dorota Piątkowska

Projekt graficzny: PressEnter – Sylwia Żelepin

Fotografie: Aneta Burda-Kamińska, Piotr Gocoł, Maciej Kaczyński, Piotr Piosik, Dana Pucłowska, Karolina Sikorska, Marek Nelken, Marek Zakrzewski, archiwum

Przygotowanie do druku: PressEnter

Druk: Poligrafia Piotrowski

Oddano do druku: kwiecień 2008 r.

Redakcja:

Trębacka 4, 00-074 Warszawa  
tel. 022 828 99 44  
fax 022 827 07 59  
e-mail: warszawa@mtp.pl

Wydawca:

Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.  
Głogowska 14, 60-734 Poznań  
tel. 061 869 20 00  
fax 061 869 29 99  
e-mail: info@mtp.pl, www.mtp.pl

# Kolejny rok inwestycji



Zmodernizowane wejście na targi od ulicy Śniadeckich - fot. Maciej Kuszeła

## Najnowsze modernizacje

W grudniu Międzynarodowe Targi Poznańskie powitają na swoich terenach uczestników 14. Konferencji Stron Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu. Już dziś targi odwiedzają delegacje robocze ONZ i poszczególnych państw – uczestników konferencji. Na początku lutego Poznań i tereny MTP wizytowali Francuzi i Japończycy.

Sesje konferencji zostaną zlokalizowane na przestrzeni 30 tys. mkw., w siedmiu pawilonach.

Inwestycją związaną bezpośrednio z konferencją klimatyczną są specjalne łączniki powstające między pawilonami, w których będą się toczyć obrady. Pozwolą one na przechodzenie z budynku do budynku bez konieczności wychodzenia na zewnątrz, co jest szczególnie ważne przy mniej sprzyjającej aurze. – *Zdecydowaliśmy się na łączniki mobilne, będzie je więc można montować między innymi pawilonami. Prototyp takiej konstrukcji testowaliśmy podczas styczniowych targów budownictwa BUDMA* – mówi dyrektor ds. technicznych MTP Stanisław Bielazik.

Wiele tegorocznych prac przygotowujących tereny MTP do kongresu klimatycznego będzie się toczyć wewnątrz pawilonów – w kompleksie czterech najnowocześniejszych hal zamontowana zostanie na przykład instalacja grzewczo-chłodząca i pano-

## TERENY MTP NOWOCZEŚNIEJĄ Z ROKU NA ROK

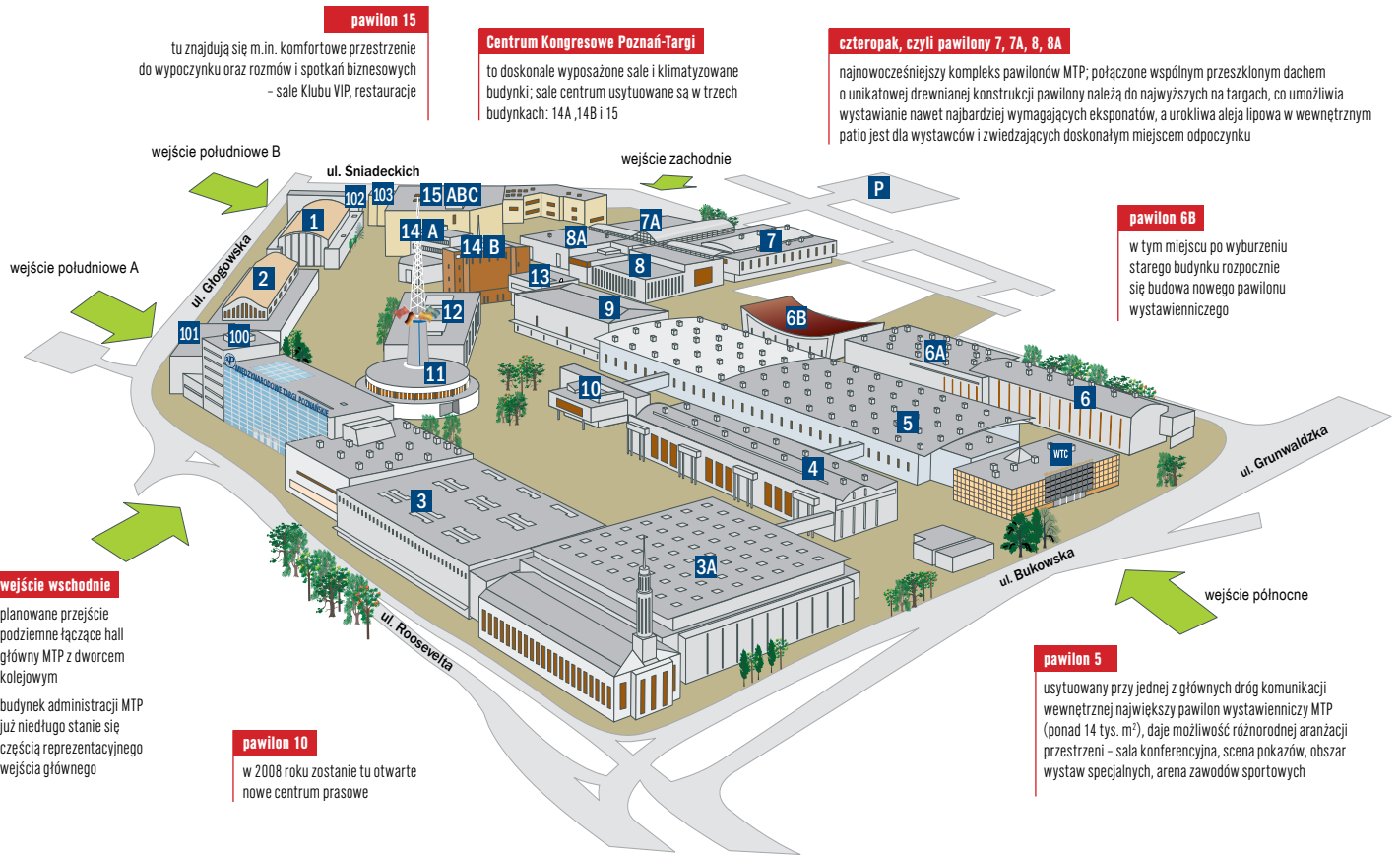
Plany inwestycyjne wybiegają zawsze kilka lat naprzód, jednak najbliższe miesiące są w harmonogramie prac wypełnione niezwykle szczerze: dalsza rozbudowa i modernizacja pawilonów od strony ulicy Śniadeckich, kolejne nowoczesne wjazdy na teren MTP, system łączników między pawilonami i wreszcie początek najbardziej spektakularnego z zamierzeń – konkurs na koncepcję zagospodarowania wschodniej fasady kompleksu targowego, która przerodzi się w zespół budynków Wejścia Głównego. Na wszystkie tegoroczne inwestycje w budżecie MTP przewidziano około 50 mln zł. To o prawie 10 mln więcej niż rok temu.

ramiczna winda, niezbędna przy komunikacji z pomieszczeniami administracyjnymi.

## A w planach...

Już niebawem nowe oblicze zyska budynek administracyjny i jego otoczenie, sam etap przebudowy to jednak plany na następny rok. – *Ponieważ jest to obiekt zabytkowy, wszelkie zmiany objęte są nadzorem miejskiego konserwatora zabytków i wymagają jego akceptacji* – wyjaśnia Stanisław Bielazik. Rozpoczęły się już jednak przygotowania do tej największej z zaplanowanych inwestycji: w marcu tego roku MTP wspólnie z poznańskim oddziałem Stowarzyszenia Architektów Polskich ogłosiły konkurs na koncepcję architektoniczno-urbanistycznego zagospodarowania przestrzeni od budynku administracji, poprzez gmach Centrum Targowego, po przeszklone Wejście Wschodnie. Po renowacji bryły i elewacji budynki te utworzą reprezentacyjny kompleks Wejścia Głównego na tereny MTP. Tam właśnie powstanie wjazd dla gości specjal-

nych, wraz holem przyjęć i klubem. Zniknie gmach restauracji Adria, prace rozbiórkowe rozpoczną się na początku 2009 roku. Dzięki temu na przestrzeni zyska Centrum Targowe. W 2009 roku wyburzony zostanie także jeden ze starych pawilonów i wybudowany kolejny nowoczesny obiekt wystawienniczy. Być może już niedługo na teren targów będzie można wejść bezpośrednio z dworca kolejowego. Dojście od strony targów, w podziemiach Wejścia Wschodniego, jest już przygotowane. Następnym etapem prac to inwestycja miejska. Już w październiku powiew nowości i komfortu na targach poczują dziennikarze. Do swojej wyłącznej dyspozycji otrzymają pawilon 10. Powstanie tam Centrum Prasowe z prawdziwego zdarzenia – ze stanowiskami komputerowymi, ze specjalnie zaaranżowaną przestrzenią do spotkań, rozmów, wywiadów radiowych, dobrą akustyką, z przestrzenią wypoczynkową. Będzie to centrum informacji targowej – dziennikarze znajdą w nim wszystkie materiały informacyjne potrzebne im w pracy. ■



**pawilon 15**

tu znajdują się m.in. komfortowe przestrzenie do wypoczynku oraz rozmów i spotkań biznesowych – sale Klubu VIP, restauracje

**Centrum Kongresowe Poznań-Targi**

to doskonale wyposażone sale i klimatyzowane budynki; sale centrum usytuowane są w trzech budynkach: 14A, 14B i 15

**czteropak, czyli pawilony 7, 7A, 8, 8A**

najnowocześniejszy kompleks pawilonów MTP; połączone wspólnym przeszklonym dachem o unikatowej drewnianej konstrukcji pawilony należą do najwyższych na targach, co umożliwia wystawianie nawet najbardziej wymagających eksponatów, a urokliwa aleja lipowa w wewnętrznym patio jest dla wystawców i zwiedzających doskonałym miejscem odpoczynku

**pawilon 6B**

w tym miejscu po wyburzeniu starego budynku rozpocznie się budowa nowego pawilonu wystawienniczego

**wejście wschodnie**

planowane przejście podziemne łączące hall główny MTP z dworcem kolejowym  
budynek administracji MTP już niedługo stanie się częścią reprezentacyjnego wejścia głównego

**pawilon 10**

w 2008 roku zostanie tu otwarte nowe centrum prasowe

**pawilon 5**

usytuowany przy jednej z głównych dróg komunikacji wewnętrznej największy pawilon wystawienniczy MTP (ponad 14 tys. m<sup>2</sup>), daje możliwość różnorodnej aranżacji przestrzeni – sala konferencyjna, scena pokazów, obszar wystaw specjalnych, arena zawodów sportowych

- niemal 110 000 m<sup>2</sup> krytej powierzchni ekspozycyjnej
- ponad 30 000 m<sup>2</sup> powierzchni otwartej
- 60 proc. zamkniętej powierzchni wystawienniczej połączonej łącznikami komunikacyjnymi
- 16 klimatyzowanych pawilonów wyposażonych w kanały medialne, stoiska z bezprzewodowym dostępem do Internetu
- największe centrum kongresowe w Polsce: 24 komfortowo wyposażone sale konferencyjne na ponad 5 tys. osób i pawilony z możliwością aranżacji przestrzeni konferencyjnej – dla niemal 10 tys. uczestników
- salони do kameralnych spotkań biznesowych, restauracje, bistra
- parking na 1000 miejsc



## Medal Europejski dla MTP

**8 kwietnia w Centrum Olimpijskim w Warszawie podczas uroczystej gali wiceprezes MTP Tomasz Kobierski odebrał Medal Europejski przyznany Międzynarodowym Targom Poznańskim.**

Medale Europejskie wręczane były już po raz 16. Są one rekomendacją wystawianą przez Business Centre Club, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej oraz jedną z najważniejszych dla przedsiębiorców instytucji Unii Europejskiej – Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny. Medal Europejski przyznawany jest od ośmiu lat, wśród nagrodzonych są polscy producenci, banki, instytucje finansowe, ubezpieczeniowe, liderzy branży budowlanej, firmy informatyczne i telekomunikacyjne. Medalem wyróżnione zostają wyroby i usługi, które odpowiadają europejskim standardom, spełniają wymagane prawem normy, legitymują się odpowiednimi licencjami, patentami itp. Równie istotna jest dynamika rozwoju firmy, zdobyte przez nią nagrody i certyfikaty. Komisja weryfikacyjna ocenia także, czy i w

jaki sposób firma wykorzystuje możliwości, jakie daje członkostwo Polski w Unii Europejskiej.

– *Ten medal jest potwierdzeniem, że potrafimy zwyciężać z bardzo dobrymi produktami nie tylko z Unii Europejskiej, ale i świata* – powiedział podczas uroczystej gali Marek Goliszewski, prezes BCC.

W tegorocznej edycji medal zdobyło ponad 100 firm, wśród nich Bank Zachodni WBK, Metro Group AG, Powszechna Kasa Oszczędności Pank Polski SA, Towarzystwo Ubezpieczeń i Reasekuracji WARTA i Link 4. Międzynarodowe Targi Poznańskie wyróżnione zostały nie tylko za standard i jakość świadczonych usług targowych, ale także za lata działań na rynku usług targowych i ogromny wkład w rozwój ponad dziewięćdziesięciu branż gospodarki. ■



Medal dla MTP wręczył prezesowi Tomaszowi Kobierskiemu Jan Borkowski, sekretarz stanu w Ministerstwie Spraw Zagranicznych.

fot. Marek Nelken/BCC

# TARGI BUDOWLANE

## silna marka

Początek roku w Poznaniu od lat zarezerwowany jest dla targów budowlanych. BUDMA, BUMASZ oraz Centrum Budownictwa Sportowego to sztanदारowe pozycje w targowym kalendarzu. W 2009 roku producentom, inwestorom i wykonawcom, którzy spotkają się na BUDMIE towarzyszyć będzie hasło „Inspirowane naturą”. Przyszłoroczne targi będą silnie akcentować budownictwo ekologiczne i dlatego w programie wydarzeń pojawi się między innymi Natura 2009.

**Otwarcie granic, zniesienie barier celnych stwarza przedsiębiorstwom nowe możliwości. Mogą zaistnieć w nowych segmentach rynku i na nowych obszarach geograficznych.**

Różnorodne przedsięwzięcia ułatwiające nawiązanie kontaktów handlowych, od międzynarodowych forów gospodarczych po giełdy kooperacji i spotkania matchmakingowe, są tradycją wszystkich poznańskich targów. A na targach budowlanych są to spotkania szczególnie ożywione. BUDMA to najczęściej pierwsze miejsce, w którym przecinają się drogi inwestorów i producentów materiałów budowlanych. To tu, u źródła, można się dowiedzieć, jak znaleźć poważnego partnera handlowego. W jaki sposób skutecznie promować swoje produkty. To niepowtarzalna okazja, aby naocznie przekonać się o zaletach sprzętu różnych producentów, szczegółowo wypytać o specyfikę oferty, przyjrzeć się nowościom, omówić możliwości nawiązania współpracy biznesowej. BUDMA to przecież największe wydarzenie w branży budowlanej w Europie Środkowo-Wschodniej

i Południowej. Impreza, na której wypada być. Szczególnie dotyczy to tych, którzy liczą się w branży budowlanej. – Obecność liderów rynku na targach, innowacyjne rozwiązania, a także program wydarzeń ściśle związany z aktualnymi zagadnieniami, ważnymi dla sektora budowlanego, na pewno potwierdzają silną pozycję targów BUDMA i BUMASZ na arenie międzynarodowej – mówi Danuta Kubasik, dyrektor projektu targów budowlanych. – Potwierdzają ją również jej uczestnicy. W 2007 roku było ich prawie 1600. BUDMĘ i BUMASZ – nasze sztanदारowe targi

*budowlane – odwiedziło ponad 65 000 gości z 29 państw.*

### Czytelna formuła

Zdaniem Danuty Kubasik obecny charakter targów jest zgodny z oczekiwaniami całej branży budowlanej. W salonach tematycznych, takich jak Ściany i stropy, Dachy, Okna i drzwi, Kamień w budownictwie, Drewno w budownictwie, Armatura i ceramika,

**65** tys.

**zwiedzających odwiedziło w tym roku targi BUDMA i BUMASZ**

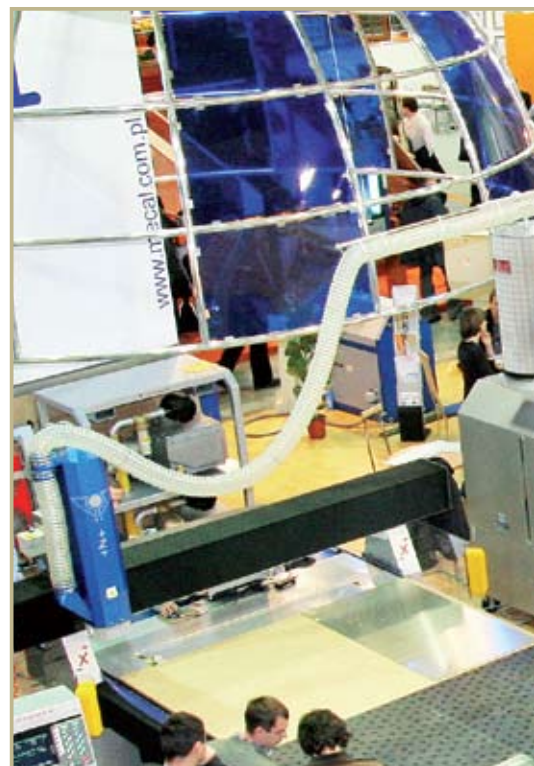


foto. serwis prasowy MTP, BUDMA 2008

informatyka dla budownictwa, Centrum Budownictwa Sportowego, czy też Salon Nieruchomości i Inwestycji INVESTFIELD, zwiedzający zapoznają się z kompleksową ofertą rynku, skierowaną zarówno do inwestorów indywidualnych, jak i instytucjonalnych. – Budma to ogromne targi. Ale odnaleźć się wśród tylu stoisk naprawdę nie jest trudno. Podział na salony, zlokalizowane w osobnych pawilonach, to strzał w dziesiątkę – ocenia Tadeusz Bielawski z podwarszawskiej miejscowości Wesoła. Jest w czym wybierać, a rozmowy o technologiach bezpośrednio z ich producentami na pewno będą dobrą wskazówką.

Przyszłoroczna edycja targów BUDMA będzie miała jeszcze bardziej biznesowy charakter – pojawi się wiele wydarzeń sprzyjających nawiązywaniu handlowych kontaktów, coraz bardziej precyzowana będzie także formuła samej ekspozycji. ■

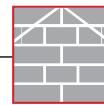


foto. serwis prasowy MTP, BUDMA 2008



Po uroczystym otwarciu targów, którego dokonał Olgierd Dziekoński – wiceminister infrastruktury, przyszedł czas na zwiedzanie targów. Podczas licznych spotkań na targach rozmawiano o planowanych zmianach w regulacjach prawnych.

– Celem wszystkich propozycji jest usprawnienie procesu inwestycyjnego w budownictwie przy zapewnieniu przestrzegania zasad ładu przestrzennego i ochrony interesu osób trzecich – powiedziała podczas konferencji inauguracyjnej Dni Inżyniera Budownictwa Olgierd Dziekoński.



BUDMA cieszy się rozpoznawalną i silną marką. Organizatorzy wciąż ulepszają formułę imprezy, którą cechuje bogata oferta dla wystawców, ciekawy zakres merytoryczny i program wydarzeń dedykowanych przedstawicielom różnych sektorów branży budowlanej.



**DANUTA KUBASIK**  
dyrektor projektu targów budowlanych

*Poznańskie targi budowlane to bez wątpienia najważniejsze w Polsce i w regionie Nowej Europy wydarzenie targowe tej branży. Prezentowane są tu najnowsze rozwiązania we wszystkich obszarach procesu inwestycyjnego – od projektowania, poprzez nowoczesne materiały i technologie, specjalistyczne maszyny i narzędzia, budowę obiektów i wyposażenie wnętrz, aż po pozyskiwanie środków i finansowanie. Tegoroczna frekwencja – 65 tys. zwiedzających – pobiła wszelkie rekordy.*



fol. serwis prasowy MTP, BUDMA 2008

## BudShow

# ■ Plac budowy – dlaczego nie?

**Poznańskie targi budowlane to prawdziwa gratka dla inwestorów indywidualnych przygotowujących się do budowy domu. z tego powodu już od czterech lat ogromnym zainteresowaniem targowych gości cieszy się inspirujący pokaz BudShow, podczas którego zwiedzający są świadkami budowy jednorodzinnego domu modelowego, i to na żywo!**

Dom modelowy przedstawiany jest w dwóch obszarach: Dom w budowie – w tej części prezentowane prace budowlane umożliwiają zwiedzającym zapoznanie się z produktami i technologiami na etapie wykonawstwa,

oraz Dom wykończony – ekspozycja części domu przygotowanej do zamieszkania. Realizacja domu modelowego jest wykonywana z użyciem dostarczonych przez producentów materiałów, a poszczególne etapy technologiczne wznoszenia obiektu realizują autoryzowane ekipy wykonawcze tych firm. Co roku uczestnikami BudShow są wystawcy BUDMY – liderzy polskiego rynku budowlanego. Ważnym elementem pokazu jest także edukacja wykonawcza. Dlatego też obok budowanego domu, na stoiskach informacyjnych firm biorących udział w BudShow, zwiedzający mają okazję uzyskać wszelkie niezbędne informacje i zasięgnąć

porad dotyczących prezentowanych produktów i technologii. – *Przed rozpoczęciem budowy trzeba przecież dokładnie wiedzieć, jak zawierać umowy o roboty budowlane, aby dom powstał na czas i tak, jak sobie zaplanowaliśmy, jakie są obowiązki właścicieli i użytkowników nieruchomości. A obejrzenie domu od podszewki to bardzo użyteczne doświadczenie przed rozpoczęciem budowy własnego domu. Jako właściciel małej firmy budowlanej polecam taką wycieczkę swoim klientom – mówi Marcin Grudziński z podwarszawskiego Legionowa. – Sam też chętnie przyglądam się nowym rozwiązaniom materiałowym i nowym technologiom. W budownictwie nowinki pojawiają się dość często, zawsze warto więc wygospodarować czas na rozmowę na stoisku Salonu Ekspertów. BudShow 2009 zapowiada się jeszcze ciekawiej. Organizatorzy przygotowują nową formułę tego wydarzenia, a tematem przewodnim będą proekologiczne materiały budowlane. ■*



Podczas spotkań architektów wiele dyskutowano o budownictwie wielorodzinnym. Prezentując tendencje, wzory i potrzeby polskiego budownictwa wielorodzinnego architekci starali się udowodnić, że również bloki mieszkalne na osiedlach przeżywają swój renesans.

fol. serwis prasowy MTP, BUDMA 2008

## ■ Forma czy funkcja

**Targowe Spotkania z Architekturą to jedno z ważniejszych wydarzeń targów BUDMA. Organizowane przez Międzynarodowe Targi Poznańskie wspólnie ze Stowarzyszeniem Architektów Polskich i Izłą Architektów RP, mają na celu zainspirowanie wspólnych rozmów polskich i zagranicznych architektów z inwestorami i przedstawicielami firm oferujących materiały i produkty dla budownictwa.**

Tematem tych rozmów są zasady kształtowania przestrzeni publicznej, możliwości wykorzystania nowoczesnych technologii do tworzenia wysokiej jakości architektury oraz prognozy rozwoju budownictwa w różnych krajach Europy. Archispace to przestrzeń warsztatowa producentów i architektów na czas targów oddana w ręce ich uczestników. Do dyspozycji gości targowych oddano stanowiska CAD, ploter do wydruku dokumentacji, stanowisko szefa pracowni z możliwością nanoszenia uwag itp. Projekt zachęcał szerokie grono architektów do wykorzystania prezentowanych detali w swoich koncepcjach. Nowoczesne oprogramowanie komputerowe stwarza nieograniczone możliwości. Dzięki tego typu narzędziom można tworzyć najbardziej wymyślne wirtualne koncepcje, stosować rozmaite detale i przedstawiać realistyczne wizualizacje. Przestrzeń Archispace to wirtualny showroom, gdzie z pomocą klawiatury i myszki powstawały koncepcje architektoniczne przy wykorzystaniu zasobów bibliotek CAD. Znajdujące się w nich aplikacje zostały dostarczone przez uczestników Archispace - wystawców targów BUDMA. Goście mogli skonsultować się z fachowcami, a także skorzystać z materiałów demonstracyjnych, bibliotek na płytach, ulotek. ■

## ■ Bez IT ani rusz

**Trudno dziś sobie wyobrazić firmę związaną z budownictwem i branżą facility management, która w żadnej mierze nie włączyła rozwiązań IT do swoich narzędzi pracy. Rynek oferuje już wiele wyspecjalizowanych produktów dla tej właśnie branży.**

Nic dziwnego, że Salon Informatyka dla budownictwa na targach BUDMA zajmuje pierwsze miejsce, prezentując firmy oferujące oprogramowanie do kosztorysowania, harmonogramowania, projektowania, zarządzania inwestycją, w tym dokumentację projektową, utrzymania budynków etc. – *Nowoczesne rozwiązania nieodzowne w pracy zarządców nieruchomości, spółdzielni mieszkaniowych, deweloperów, firm budowlanych, biur projektowych to dziś konieczność* – podsumowuje Wojciech Mikulski z firmy Komako Software House. – *Budownictwo to jedna z najtrudniejszych do informatyzacji branż przemysłu. Projekty budowlane są bardzo złożone, trwają znacznie dłużej niż typowe cykle produkcyjne w przemyśle. Jednocześnie jest to pole, w którym informatyka daje przedsiębiorcom do ręki niezwykle skuteczne narzędzia zwiększające efektywność pracy, i to na wszystkich etapach realizacji inwestycji budowlanej. Bardzo nas cieszy, że na targach pojawił się wydzielony salon poświęcony specjalizowanemu rozwiązaniom IT dla tej branży. Wyspa IT: Infosystem – Informatyka dla budownictwa, wspólne przedsięwzięcie MTP i partnerów firmy Microsoft, dało okazję do prezentacji „na żywo” całej gamy rozwiązań, zarówno dla średnich, jak i dużych przedsiębiorstw budowlanych.* ■

## SALON INVESTFIELD

**Salon Nieruchomości i Inwestycji INVESTFIELD został przygotowany z myślą o przedstawicielach samorządów lokalnych. Składał się on z bloków seminaryjnych i prezentacji praktycznych rozwiązań problemów oraz wystawy ofert inwestycyjnych miast i regionów.**

Uczestnikami INVESTFIELD – po stronie wystawców i zwiedzających – byli zarówno samorządy terytorialne, jak również inwestorzy, deweloperzy, pośrednicy, przedsiębiorcy prywatni, kancelarie prawne, banki.

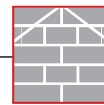
Poruszano tematy związane z zarządzaniem i odnową dużych osiedli mieszkaniowych oraz finansowaniem rewitalizacji. Przedstawiciele samorządów mogli poznać proces planowania, projektowania, finansowania i realizacji obiektów sportowych i rekreacyjnych – także na przykładach obiektów już zrealizowanych. Został również zaprezentowany rządowy program budowy dróg ekspresowych i autostrad w latach 2007-2013. Formuła salonu umożliwiła szerokie spojrzenie na omawiane zagadnienia – zarówno z punktu widzenia teoretyków, jak i praktyków. ■



**1/3 STRAT CIEPŁA  
MOŻNA ZAOSZCZĘDZIĆ**

Ponad 40% zużywanej w Europie energii związane jest z budownictwem. 1/3 strat ciepła można by zaoszczędzić tylko dzięki odpowiedniej termomodernizacji. Dlatego też budując dom, coraz częściej szukamy możliwości zaoszczędzenia energii. Sporej wiedzy na ten temat dostarczył Targowy Dzień Audytora Energetycznego – cykl prelekcji na temat stanu przygotowań do sporządzania świadectw energetycznych budynków.

fol. serwis prasowy MTP, BUDMA 2008



# ■ Centrum Budownictwa Sportowego



fot. serwis prasowy MTP, BUDMA 2008

*Targi zawsze były miejscem spotkań różnych stron procesu inwestycyjnego, zarówno w dziedzinie inwestycji komercyjnych, jak i tych o charakterze publicznym. Przedstawiciele branży chcą pokazać najnowocześniejsze technologie i rozwiązania i przekonać gości, że można zaufać ich profesjonalizmowi.*

Ostatnia edycja CBS miała szczególny charakter. Polska będzie organizatorem Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej. Przedstawiciele branży budowlanej zacierają ręce. Do Euro 2012 na pewno będą mieli co robić. Na targach nie mogło więc zabraknąć tematyki sportowej. Problematyka projektowania, wykonawstwa, finansowania oraz eksploatacji obiektów sportowych i rekreacyjnych znajdowała swoje miejsce także we wcześniejszych edycjach targów, pojawiając się jako temat seminariów, spotkań i debat od trzech lat zyskała rangę i formułę samodzielnego, kompleksowego wydarzenia. Centrum Budownictwa Sportowego na BUDMIE to wspólne przedsięwzięcie Międzynarodowych Targów Poznańskich oraz Polskiego Klubu Infrastruktury Sportowej. Na stoiskach w Centrum Budownictwa Sportowego swoje produkty i najnowsze osiągnięcia materiałowe, technologiczne i konstrukcyjne prezentują producenci z sektora budownictwa sportowego i rekreacyjnego oraz producenci materiałów, technologii i wyposażenia mających zastosowanie w obiektach sportowych, rekreacyjnych i turystycznych, wellness i spa. – W pawilonie CBS gościło sto firm, a ekspozycje były nie tylko dużo większe niż rok wcześniej, ale i bardziej atrakcyjne. W CBS przygotowano także bogaty program merytoryczny – konferencje, seminaria, porady ekspertów. Formuła CBS wykracza jednak poza ekspozycję firm, tworzy ją bowiem także bogaty program merytoryczny: debata publiczna, seminaria i warsztaty, konsultacje i porady ekspertów, scena prezentacji, park sportu oraz wystawa „Budowniczość polskiego sportu” – mówi Tomasz Stachowiak, menedżer CBS. ■

**84%**

**zwiedzających BUDMĘ przyjeżdża na targi w poszukiwaniu nowości**



fot. serwis prasowy MTP, BUDMA 2008

## ROZMOWA z...

Markiem Zdziebłowskim  
prezesem Polskiego Klubu Infrastruktury Sportowej

## Z myślą o przyszłych mistrzach



Jak powstał pomysł organizacji Centrum Budownictwa Sportowego i dlaczego poznańska BUDMA stała się gospodarzem tej imprezy?

Pomysł na Centrum Budownictwa Sportowego (CBS) zrodził się kilka lat temu, kiedy to wydawany przeze mnie miesięcznik „Kalejdoskop Budowlany” (obecnie „Builder”) podjął tematykę infrastruktury sportowej. Nie ograniczaliśmy się jednak wyłącznie do działalności wydawniczej. Byliśmy uczestnikami licznych targów branżowych, zorganizowaliśmy serię ogólnopolskich wykładów poświęconych budownictwu sportowemu, zainicjowaliśmy też szereg debat publicznych, które miały zdiagnozować stan infrastruktury sportowej w Polsce. W połowie 2005 r. powołaliśmy do życia Polski Klub Infrastruktury Sportowej, którego jednym z pierwszych działań było zorganizowanie w 2006 r. – wspólnie z naszym partnerem, Międzynarodowymi Targami Poznańskimi – pierwszej edycji Centrum Budownictwa Sportowego. CBS to oddzielny pawilon poświęcony wyłącznie infrastrukturze sportowo-rekreacyjnej, usytuowany na poznańskich targach BUDMA, na których zorganizowaliśmy już wcześniej warsztaty o tej tematyce. Budma to największe w Europie Środkowej targi budowlane, odwiedzane rocznie przez 60 tys. gości, dlatego trudno wskazać lepsze miejsce na organizację CBS.

**Do kogo kierujecie ofertę targową?**  
Oferta CBS skierowana jest przede wszystkim do inwestorów – przedstawiciele samorządów, ośrodków sportu i rekreacji, zarządców obiektów sportowych, rekreacyjnych, fitness, wellness i spa, klubów sportowych, a także przedsiębiorców, którzy decydują się na inwestycje związane z rekreacją i sportem, takie jak hotele, pensjonaty czy ośrodki rehabilitacyjne.

**Jakie tematy cieszyły się największym zainteresowaniem podczas ostatniej edycji CBS?**  
Największe zainteresowanie budziła bez wątpienia oferta ponad stu wystawców prezentujących się w pawilonie CBS. Oczywiście Centrum to nie tylko impreza targowa; tegorocznej edycji jak zwykle towarzyszyły ciekawe wydarzenia o profilu edukacyjnym. Oprócz specjalistycznych seminariów i konsultacji z ekspertami Polskiego Klubu Infrastruktury Sportowej największą publiczność przyciągała wspólna konferencja Klubu i Polskiego Związku Piłki Nożnej pt. „Piłkarska Polska rusza”. Podczas tego spotkania Jerzy Engel, przewodniczący Wydziału Szkolenia i wiceprezes PZPN, omówił najważniejsze założenia narodowego programu szkolenia młodych piłkarzy. (dp)

**Polski Klub Infrastruktury Sportowej wraz z Polskim Związkiem Piłki Nożnej zorganizował konferencję pt. „Piłkarska Polska rusza – warunki rozwoju infrastruktury sportowej i systemu szkolenia młodzieży piłkarskiej w Polsce”. Na konferencji Jerzy Engel – Wiceprezes Polskiego Związku Piłki Nożnej – omówił najważniejsze założenia narodowego programu szkolenia młodzieży z uzdolnieniami do gry w piłkę nożną.**

## ROZMOWA z...

Pawłem Sobierajczykiem, wiceprezesem Waryński Trade

# Nowa Europa – nowe możliwości



Inwestycje związane z napływem unijnych funduszy strukturalnych i plany inwestycyjne przed Euro 2012 – co zrobić, żeby skorzystać z tych szans?

Dużym bodźcem dla rozwoju polskiej gospodarki jest napływ unijnych funduszy strukturalnych. Przyznanie nam organizacji Euro 2012 wyraźnie przyspieszyło rozwój sektorów gospodarki związanych z budownictwem oraz modernizacją dróg i autostrad. Dla producentów i dystrybutorów maszyn budowlanych nastąpił okres dużego rozwoju. Firma Waryński Trade dobrze przygotowała się do zwiększonego popytu. W swej ofercie mamy prawie wszystkie typy maszyn potrafiące zaspokoić potrzeby nawet najbardziej wymagających klientów. Wszystkie nasze koparki, koparko-ładowarki i ładowarki spełniają najsurowsze normy europejskie związane z emisją spalin i poziomem hałasu. Oferując najnowocześniejsze maszyny, jesteśmy w stanie konkurować o niezwykle wymagającego polskiego klienta. Prywatni przedsiębiorcy, do których w większości trafiają nasze maszyny, korzystający z funduszy strukturalnych, są zobowiązani do zakupu maszyn spełniających unijne normy. Oferta takich maszyn jest właśnie naszą szansą na rozwój.

**Przykład Państwa firmy pokazuje wyraźnie, że dróg rozwoju biznesu w tej branży warto szukać w regionie Nowej Europy.**

Państwa naszego regionu po wstąpieniu do Unii Europejskiej stanęły przed wielką szansą wyrówna-

nia wzrostu gospodarczego dzięki funduszom unijnym skierowanym do prywatnych przedsiębiorstw. W związku z tym w polskich przedsiębiorstwach pojawiły się duże możliwości rozwoju poprzez realizację nowych inwestycji. Korzystając z okazji, rozwinęliśmy działania, kierując produkty do firm korzystających z europejskich dotacji. Państwa naszego regionu mają duże zapotrzebowanie na nowe maszyny i technologie. Nasze bogate doświadczenia, zdobyte długoletnią obecnością na polskim rynku maszyn budowlanych, pozwoliły nam szybko ukierunkować się na zaspokajanie potrzeb wynikających z dostosowywania gospodarki do unijnych standardów. Podobnie dzieje się we wszystkich państwach naszego regionu. Posiadając przedstawicielstwa w wielu tzw. postkomunistycznych krajach, jesteśmy w lepszej sytuacji od firm ze „starej Europy”, gdyż marka Waryński jest już znana i mamy tam wiele kontaktów tak cennych przy wprowadzaniu nowych produktów.

**A jak pod tym względem przedstawia się rynek krajowy? Jak dzielił go między siebie polskie i zagraniczne marki?**

Polski rynek maszyn budowlanych jest niezwykle wymagający. Nie jest to rynek bardzo bogatego odbiorcy, lecz odbiorcy bardzo ceniącego wysoką jakość za adekwatną cenę. Właśnie do takiego klienta Waryński Trade kieruje swoją ofertę. Na rynku jesteśmy obecni ponad 50 lat. Nasze maszyny dzisiaj skutecznie konkurują ze światowymi

liderami branży. Wykorzystując możliwości kooperacji z turecką firmą Hidromek, oferujemy koparki i koparko-ładowarki o najwyższej światowej jakości. Ładowarki kołowe produkowane są na nasze zlecenie w chińskiej firmie Liugong Machinery Co, Ltd. Wykorzystując możliwości kooperacyjne naszych dostawców, oferujemy maszyny produkowane na najlepszych światowych podzespołach. Jesteśmy jedną z niewielu polskich firm, którym udało się przetrwać ciężkie czasy okresu transformacji, nie zmieniając profilu działania. Znana polska marka Waryński plus wysoka jakość produktu o niewygórowanej cenie to recepta na sukces na naszym rynku. (dk)

## BUMASZ

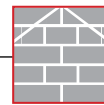
# Raz na dwa lata

**Rozrasta się nie tylko sama BUDMA. Odbywający się co dwa lata razem z nią BUMASZ również cieszy się ogromnym zainteresowaniem zwiedzających.**

To dla nich wystawcy starają się tak przygotować swoją ofertę, aby była jak najbardziej interesująca. – Tegoroczne Targi BUMASZ potwierdziły ożywienie branży budowlanej – mówi Paweł Sobierajczyk z firmy Waryński Trade. – Zaobserwowaliśmy zdecydowanie większe zainteresowanie maszynami oferowanymi przez naszą firmę. Wzrost zapotrzebowania na maszyny budowlane jest potwierdzeniem rozwoju całej naszej gospodarki. Za wyjątkowo korzystny uważamy okres, w którym zorganizowano minione targi. Jest to początek roku inwestycyjnego, w związku z czym mieliśmy okazję zaobserwować duże zainteresowanie klientów zakupem maszyn w 2008 roku. ■



Ofertę maszyn budowlanych i drogowych zaprezentowały m.in. Bumar, Bax Baumaschinen, Bodo, HKL, JCB, Gausch i Gausch, Gema 2000, HSW, Waryński Trade, Besser, Ciepela, Kreber, Serviplem, Tubes, Gizo, Haulotte, Akala Faraone, Altrad-Mostostal, Get Consulting, Krause, Layher, Vepra.



## Nie tylko na stoisku

**Liczba zwiedzających poznańskie targi budowlane z roku na rok rośnie. Przybywa zwłaszcza profesjonalistów – osób zawodowo związanych z branżą. Dla części wystawców to właśnie oni są kluczowymi klientami, z którymi spotykają się na stoiskach.**

– Tym, co przyciąga zwiedzających na targi, jest możliwość bezpośredniego kontaktu ze sprzedającym i odbycia rozmowy o danym sprzęcie, przy jego egzemplarzu. Wizerunek folderowy i opis techniczny nie zastąpią obejrzenia produktu na żywo – przekonuje Krzysztof Grausch, z firmy Grausch i Grausch Maszyny Budowlane. – Stąd obecność tylu maszyn na naszym stoisku, ich przemyślana ekspozycja, dlatego rozważamy pokazy ich możliwości w ruchu, przy pracy. Na BUMASZU pojawiają się różnorodni klienci, od pracowników małych firm po dyrektorów wielkich przedsiębiorstw. Jesteśmy więc przygotowani na prezentację zróżnicowanej oferty. Jest także wielu gości zza wschodniej granicy, szukających przede wszystkim bogatego asortymentu maszyn używanych. Dla nas jest to bardzo obiecujący rynek. Ale targi to nie tylko rozmowy na stoiskach. W programie BUMASZU profesjonalista zawsze znajdzie ciekawe propozycje edukacyjne dla różnorodnych środowisk zawodowych związanych z branżą budowlaną. Przygotowują je organizacje branżowe, instytuty i agencje badawcze, jak i sami producenci. ■



### Prezydent IFD na BUDMIE

Na targach gościł w tym roku prezydent Międzynarodowej Federacji Dekarskiej IFD Gordon Penrose z małżonką. Prezydent IFD przybył na zaproszenie Polskiego Stowarzyszenia Dekarzy i uczestniczył w towarzyszącym BUDMIE VII Kongresie Dekarzy Polskich. Kongresy dekarckie od kilku już lat organizowane są przez Polskie Stowarzyszenie Dekarzy we współpracy z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi. IFD skupia 17 krajowych stowarzyszeń dekarckich z różnych regionów świata.

foto. PSD

2008 interior  
**budma**

TARGI WYKOŃCZENIA  
I RENOWACJI WNĘTRZ

**DEBIUT  
2008**

**28-31 maja 2008**

**Targi BUDMA Interior 2008 to okazja do wyeksponowania najnowszych technologii i produktów stosowanych przy wykańczaniu różnego typu wnętrz**

### SKĄD POMYSŁ?

To wynik kilkuletnich poszukiwań koncepcji na jak najlepsze zaprezentowanie produktów i usług branży wykończeniowej. Oferta tych firm w Poznaniu była obecna początkowo na BUDMIE, potem na specjalistycznych targach wyposażenia łazienek SANTEC i AQUA-SAN oraz na targach KUCHNIA. Teraz cała branża wykończeniowa ma niepowtarzalną okazję zaprezentowania kompleksowej oferty firm związanych z aranżacją i wykończeniem wnętrz, od stanu surowego poprzez umeblowanie, aż po stylową dekorację. Tak bogata oferta z pewnością zainteresuje licznych zwiedzających – projektantów wnętrz, architektów, inwestorów budowlanych, deweloperów, specjalistyczne sklepy i hurtownie, wykonawców robót budowlanych i wykończeniowych oraz detalistów.

# TARGI W OBIEKTYWIE



 **budma**



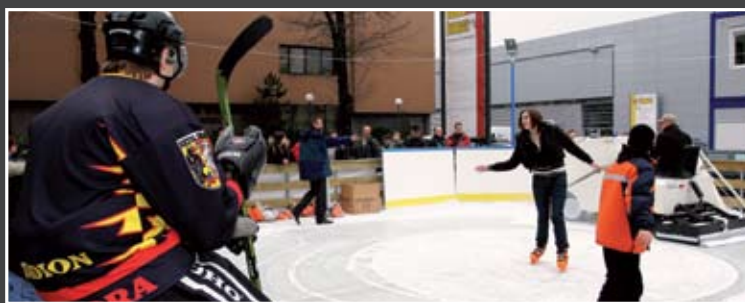
Zwiedzający targi mogli także podziwiać umiejętności dekarzy, glazurników czy operatorów sprzętu budowlanego.



Innym ciekawym wydarzeniem na BUDMIE była „Akcja-Kreacja, czyli projektowanie na żywo”. Pokaz miał przybliżyć zwiedzającym, jak powstaje projekt architektoniczny oraz promować rodzimą współczesną architekturę i młodych polskich projektantów.



 **bumasz**



  
**CENTRUM  
BUDOWNICTWA  
SPORTOWEGO**

Wszystko co potrzebne do budowy obiektów sportowych można było zobaczyć w CBS. Dla najmłodszych wielką atrakcją było spotkanie z trenerem Jerzym Engelem oraz wypróbowanie swych sił na lodowisku.



Wśród tematów dyskutowanych podczas INVESTFIELD na szczególne wyróżnienie zasługuje rozwój regionalny, planowanie i projektowanie przestrzeni miejskiej, rewitalizacja, infrastruktura drogowa, komunikacyjna i turystyczna oraz strefy ekonomiczne i parki przemysłowe.



HOBBY I BIZNES NA TARGACH

# dobry czas na ryby

Luty to dla handlowców dobra pora, by rozejrzeć się za nowościami, które mogliby zaoferować swoim klientom w nowym sezonie wędkarskim. Odbywające się w tym roku w Poznaniu Targi Sprzętu Wędkarskiego NA RYBY, organizowane przez Stowarzyszenie Polskich Producentów i Importerów Sprzętu Wędkarskiego, stanowią dla nich okazję, by spotkać się z producentami i poznać ich najnowsze propozycje. Dla miłośników wędkarstwa to spokojny czas, jeszcze przed sezonem, by uzupełnić wyposażenie w sprzęt.



fot. serwis prasowy MTP, AQUAZOO 2008



ZOFIA STRYŻ  
dyrektor targów NA RYBY i AQUAZOO

Tegoroczne targi NA RYBY i AQUAZOO odnotowały rekordową frekwencję. Odwiedziło je 10 800 osób, czyli aż o 30 proc. więcej niż w roku ubiegłym. Tylko pierwszego dnia, który był przeznaczony wyłącznie dla handlowców, przybyło prawie 900 przedstawicieli sklepów i hurtowni, którzy mieli okazję do nawiązania ciekawych kontaktów biznesowych. Takie zainteresowanie targami to dowód, że doskonale odpowiadają one na potrzeby rynku.

## Czas pasjonatów

**Sobota i niedziela to dni otwarte dla szerokiej publiczności. Dla miłośników wędkowania organizatorzy przygotowują zawsze sporo ciekawych wydarzeń. To wyjątkowe miejsce, gdzie można spotkać znanych wędkarzy i przysłuchiwać się ich opowieściom, a także obejrzeć filmy z egzotycznych wypraw.**

Niemalą atrakcją tegorocznych targów NA RYBY były pokazy zawodników Polskiego Związku Wędkarskiego, którzy prezentowali swoje umiejętności w wędkarstwie rzutowym. Odbyły się trzy konkurencje docelowe: skish muchowy, skish spinningowy oraz arenberg. Zespół portalu Multiplikator.pl sprawił targowym gościom ogromną radość, gdyż poza pokazami łowienia z użyciem multiplikatora pozwalał każdemu chętnemu spróbować swoich sił w tej technice łowienia ryb drapieżnych. Spore zainteresowanie wzbudził casting do roli w filmie o tematyce wędkarskiej, zorganizowany przez redakcję „Wędkarstwo Moje Hobby”.

**J**eden dzień dla profesjonalistów, weekend atrakcji dla hobbystów – dzięki tej formule poznańskie targi zdobywają coraz większe uznanie w środowisku. Oprócz kolekcji wędek, kołowrotków, spławików, zanęt i przynęt wystawcy targów NA RYBY prezentują odzież oraz sprzęt pływający, a także atrakcyjne przynęty na ryby drapieżne – od woblerów imitujących owady, po twistery i rippery – oraz sprzęt do połowów morskich. Pierwszy dzień targów – tradycyjnie piątek – przeznaczony jest zwykle dla handlowców i zamknięty dla szerokiej publiczności. Pozwala to w spokojnej atmosferze omówić najważniejsze tematy, poznać nowości, nawiązać kontakty z producentami i importerami. Taka formuła bardzo odpowiada zarówno wystawcom, jak i gościom, którzy przyjeżdżają tu w interesach. W tym roku pierwszego dnia targów pojawiło się prawie 900 właścicieli i pracowników sklepów wędkarskich i zoologicznych. – *Przyjechałem w piątek na zaproszenie mojego stałego kontrahenta. Mogłem spokojnie, bez tłoku obejrzeć ekspozycje również innych wystawców, zobaczyć, co nowego pojawiło się na rynku, zadać pytania i podyskutować o szczegółach. Zaciekały mnie zwłaszcza nowe rodzaje supernowoczesnych wędek. Mam wymagających klientów, którzy chcą mieć po prostu najlepszy sprzęt* – mówi Stefan Widawski z Opola, właściciel specjalistycznego sklepu ze sprzętem dla wędkarzy. ■

### Rynek w liczbach

**W Polsce roczna wartość produkcji sprzętu wędkarskiego, obrotów handlu i usług w tej dziedzinie to kwota 300 mln zł!**



fot. serwis prasowy MTP, NA RYBY 2008

Na targach NA RYBY królują wędki, zarówno te ogromne do spinningu, których wysokość sięga kilku metrów, jak i mniejsze, bardzo wytrzymałe na duże obciążenie.

**BOB NUDD W POZNANIU!**

Na spotkanie z wielokrotnym mistrzem świata w wędkarstwie spławikowym przybyło wielu miłośników i znawców wędkarstwa. Sala konferencyjna, w której sir Nudd opowiadał o swoich startach na zawodach światowych, a także o preferowanym sprzęcie i technikach łowienia, pękała w szwach.

fort. serwis prasowy MTP, NA RYBY 2008



fort. serwis prasowy MTP, NA RYBY 2008

**ROZMOWA z...**

Eugeniuszem Grabowskim, prezesem Zarządu Głównego Polskiego Związku Wędkarskiego.

## Wędkarstwo to nie tylko hobby

Dla wędkarzy to doskonały relaks, dla producentów sprzętu to dobry biznes. Czy można oszacować liczbę osób uprawiających dziś wędkarstwo amatorsko, wartość rynku oraz czy sprzedaż sprzętu wędkarskiego rośnie?

– Rzeczywiście, w świecie coraz wyraźniej widoczna jest zmiana w traktowaniu wędkarstwa (rybactwa rekreacyjnego) nie tylko jako pożytecznego hobby, ale także jako wiodącej dziedziny rybactwa śródlądowego, a często również i morskiego, która generuje znaczące wartości społeczno-ekonomiczne. W Polsce nie ma dokładnych danych co do liczby wędkarzy. Z badań opracowanych przez doc. dra Arkadiusza Wołosa z Instytutu Rybactwa Śródlądowego w Olsztynie dla ZG PZW można przyjąć, że wędkarstwo uprawia aktywnie i w miarę systematycznie ok. 1,5 mln osób, w tym 600 tys. to członkowie PZW, skupieni w 2700 kołach objętych działaniem 46 okręgów, które tak jak cały Związek również mają osobowość prawną. Zdaniem specjalistów, wędkarze odławiają rocznie 40-50 tys. ton ryb o wartości ok. 220 mln zł, a jednocześnie podejmują się zarybienia wód materiałem zarybieniowym o wartości 25 mln zł (w tym PZW 17 mln zł), i łączą na ochronę wód 8 mln zł (w tym PZW 7,3 mln zł); środki te pochodzą ze składek wędkarskich. To są kwoty bardzo poważne, ale pamiętajmy, że PZW jest obecnie największym rybackim użytkownikiem wód w Polsce i gospodaruje na ponad 216 tys. ha wód. Kiedy więc



mnie pytacie o znaczenie wędkarstwa i jego otoczenia społecznego oraz gospodarczego, to odpowiadam, że ze znanych nam badań wynika, iż wydatki na udział w wędkarskich imprezach i zawodach wędkarskich dla ponad 440 tys. osób przeznaczają się ok. 30 mln zł, wartość produkcji sprzętu wędkarskiego, handlu i usług w sferze wędkarstwa szacuje się na ponad 300 mln zł. Jeśli do tego dodać wartość sprzedaży prasy wędkarskiej – 2 mln zł oraz ogólne koszty własne przeznaczone przez wędkarzy na rzecz infrastruktury związanej z funkcjonowaniem wędkarstwa, które szacuje się na 500 mln zł – to można przyjąć, iż całkowita wartość ekonomiczna wędkarstwa w Polsce wynosi ok. 1,2-1,5 mld zł. Jednocześnie liczbę ludzi zatrudnionych na stanowiskach pracy, które mają bezpośredni związek z wędkarstwem szacuje się na 15 tys. osób. Dla porównania podam, że w Stanach Zjednoczonych wędkuje 44,3 mln osób (16 proc. ludności), a całkowity wkład wędkarstwa do dochodu narodowego USA szacuje się na 116 mld dol. W Niemczech wkład ten szacuje się na 1,2 mld euro, zaś w Anglii i Walii na 2,5 mld funtów.

**Hobby i biznes**

**Sprzedaż czasopism dla wędkarzy przynosi rocznie 2 mln zł, a sami wędkarze na rozwój infrastruktury związanej z wędkarstwem wydają według szacunków aż 450 mln zł.**

## Dobrze wykorzystany czas

**Wystawcy targów NA RYBY i AQUAZOO są zadowoleni. W tym roku pojawiła się na nich rekordowa liczba zwiedzających – 10 800 osób, czyli aż o 30 proc. więcej niż w roku ubiegłym.**

Jest to na pewno zasługą coraz większej znajomości targów, dodania nowej oferty akwarystycznej i rosnącego zainteresowania wędkarstwem. – W Polsce wędkarzami aktywnymi mieni się ponad milion osób, a według badań społecznych aż dwa miliony ludzi sięga po wędkę okazjonalnie, zwykle podczas rodzinnych urlopów nad wodą – przypomina Artur Szałkowski, były prezes Stowarzyszenia Polskich Producentów i Importerów Sprzętu Wędkarskiego z firmy Fishing Design. – Wędkarstwo z roku na rok staje się coraz większą branżą gospodarczą, która daje zatrudnienie już tysiącom pracowników – w handlu, produkcji, prasie czy turystyce. ■

**Jak zainteresowanie wędkarstwem przekłada się na udział wystawców i zwiedzających w targach NA RYBY. Czy to dobre miejsce do kontaktów biznesowych?**

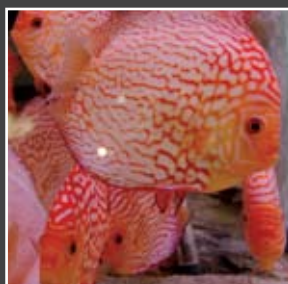
– Niestety w tym roku nie mogłem osobiście uczestniczyć w targach, ale znam relację naszych przedstawicieli oraz dziennikarzy „Wiadomości Wędkarskich”, które patronowały tym targom. To była udana impreza i myślę, że warto ją kontynuować, bo jest ona potrzebna środowisku wędkarskiemu do rozwoju i konsolidacji. Niestety nie wszyscy producenci i hurtownicy tak samo rozumieją swoją rolę w kształtowaniu rynku wędkarskiego, rynku na rzecz rekreacji i ekologii, stąd słabsza frekwencja, niż się spodziewałem. Mam nadzieję, że w przyszłości to się zmieni – nie tylko z korzyścią dla biznesu, ale także ogółu wędkarzy w Polsce. (ao)



Niemal 11 tysięcy osób odwiedziło targi NA RYBY i AQUAZOO przez trzy dni ich trwania. Pierwszy dzień przeznaczony był wyłącznie dla profesjonalistów. W weekend targi te przetrwały się w prawdziwy rodzinny festyn dla pasjonatów wędkarskiego hobby. Wystawcy i organizatorzy przygotowali ciekawy program i dla dorosłych, i dla małych wędkarzy.



W tym roku na zaproszenie redakcji „Karp Max” o połowach we francuskich jeziorach Rainbow i St Cassien oraz w rzece Świętego Wawrzyńca w USA opowiadała na targowym spotkaniu trójka znanych polskich karparzy – Zbigniew Hukałowicz, Hadrian Radziejewski i Przemysław Mroczek.



Profesjonalne akwaria wypełnione najrozmaitszymi gatunkami roślinności i ryb przygotowane na targi przez wystawców budziły podziw publiczności. Najbardziej imponująca była wystawa dyskowców, które prezentowały się często w ogromnych, tysiąclitrowych zbiornikach. Przygotował ją m.in. Polski Klub Miłośników Dyskowców.



fot. serwis prasowy MTP, NA RYBY 2008, AQUAZOO 2008

NA RYBY to spotkania prawdziwych pasjonatów. Na stoiskach dostawców sprzętu rozmowy o zaletach technicznych różnorodnych rozwiązań trwały od rozpoczęcia do zakończenia targów. Nie inaczej było na stoiskach redakcji branżowej prasy i stowarzyszeń.

## DEBIUT 2008!

# ■ Dla akwarystów

**W tym roku Targom Sprzętu Wędkarskiego NA RYBY towarzyszyły Targi Akwarystyczne AQUAZOO, prezentujące ryby akwariowe słodkowodne i morskie, rośliny akwariowe, akwaria i ich wyposażenie, akcesoria, pokarmy i preparaty dla ryb.**

Profesjonalnie przygotowane akwaria z rybami i bujną roślinnością podwodną prezentowane przez wystawców budziły zainteresowanie i niejednokrotnie podziw publiczności. Można było obejrzeć akwaria z neonami i pielęgnicami oraz akwaria morskie, a także terraria i paludaria.

Każdy zwiedzający mógł zasięgnąć na stoiskach informacji na temat urządzania i pielęgnacji akwarium, sposobów utrzymania wysokiej jakości wody w zbiornikach, wymagań żywieniowych wielu gatunków ryb. – *Zwiedzający nasze stoisko zadawali wiele szczegółowych pytań dotyczących pielęgnacji i utrzymania zbiorników. Interesowały ich wszelkie nowości, a szczególnie paludaria wykonane przez firmę Mokradło i Aqua Szut, specjalne terraria na zamówienie, straszki australijskie i ryby, przede wszystkim paletki – opowiada Izabela Jęzak z firmy Aqua Szut. – AQUAZOO to targi prawdziwych hobbystów, ich zainteresowanie produktami oznacza dla wystawcy szansę na zdobycie dobrego, świadomego klienta.* ■



Marian Wojtaszek to prawdziwy pasjonat i znawca akwarystyki roślinnej. Jego „podwodne ogrody” zdobywają laury i uznanie na wystawach w Polsce i na świecie. Nie mogło go również zabraknąć na targach AQUAZOO.



## Nagroda warta zachodu

Co roku drugiego dnia targów na niektórych stoiskach pojawia się logo Złotego Medalu MTP. To jedna z najbardziej prestiżowych nagród targowych – najstarsza taka nagroda w Polsce. Przyznawana od ponad 25 lat, dziś jest symbolem jakości i innowacyjności produktu. Produktem zgłaszanym do konkursu stawia się niezwykle wysokie wymagania. Rangę Złotego Medalu MTP doceniają zarówno firmy polskie, jak i zagraniczne, wykorzystując ten znak w promocji. Dla kupującego oznacza on potwierdzenie nie tylko jakości samego produktu, ale i oferującej go firmy.

### BUDMA 2008

- bramy przeciwpożarowe rozwierane MARC-D, MAŁKOWSKI - MARTECH Sp. z o.o., Poznań
- system ociepleniowy BASF MULTITHERM ® P-NEO, BASF STAVEBNI HMOTY S.r.o., Czechy, zgłaszający: BASF POLSKA Sp. z o.o. Dział Chemii Budowlanej, Poznań
- prefabrykowane nadproża zbrojone z betonu komórkowego SOLBET, SOLBET Sp. z o.o., Sołec Kujawski
- łączniki wkręcane do mocowania zewnętrznych systemów izolacji termicznej ejotherm STR U EJOT Baubefestigungen GmbH, Niemcy, zgłaszający: EJOT Technika Mocowań Sp. z o.o. Sp.k., Ciasna
- okna do poddaszy Perfect, Perfect + OKPOL Sp. z o.o., Skarbimierz-Osiedle
- maszyna do cięcia strumieniem wody OPAL Water Jet, ECKERT Automatyka Spawalnicza Sp. z o.o., Legnica
- elastyczny klej - uszczelniacz DEN BRAVEN UNI-FIX MS POLYMER HERCUSEAL B.V., Holandia, zgłaszający: DEN BRAVEN EAST Sp. z o.o., Wysogotowo / Poznań
- okno obrotowe avante Technika Okienne S.A. Elbląg
- sztuczna trawa piłkarska DOMO Champion INFINITY DOMO Sports & LEISURE GRASS, Belgia, zgłaszający: HEMET Sp. z o.o., Zielona Góra
- systemy naprawy betonu Emaco® NanoCrete BASF Construction Chemicals Belgia NV, Belgia, zgłaszający: BASF Polska sp. z o.o. Dział Chemii Budowlanej, Poznań
- rekuperator z przeciwprądowym wymiennikiem entalpicznym COMFOHYGRO J.E. STORKAIR, Holandia, zgłaszający: EMKA - Rekuperatory M.D. Kosowski Sp.j., Wrocław
- włókna RUREDIL X Fiber 54 Firma RUREDIL S.P.A., Włocław, zgłaszający: VIS BUD Sp. z o.o., Wrocław
- system suchych posypek utwardzających do betonu PANBEX F PANBEX s.r.o., Czechy, zgłaszający: PANBEX P Sp. z o.o., Poznań

### BUMASZ 2008

- maszyna ładująca z uchwytem widłowym mocowanym do wysięgnika teleskopowego HTL 40-14 HAULOTTE GROUP Francja Fabryka w Hiszpanii FABRICA HAULOTTE CANTABRIA, zgłaszający: Haulotte Polska sp. z o.o., Warszawa



fol. serwis prasowy MTP, Polagra-PREMIERY 2008

## TARGI ROLNICZE

# maszyny na start

Targi Polagra-PREMIERY odbyły się po raz drugi i zaskoczyły zarówno ilością prezentowanego sprzętu, jak i liczbą zwiedzających. W ciągu trzech dni odwiedziło je około 40 tysięcy osób, a hale wystawowe zgromadziły niemal 300 firm z 12 krajów.

Zdaniem Leszka Weremczuka z Expomu: *– Trafione działania marketingowe sprawiły, że targi odwiedziło więcej osób, niż ktokolwiek się spodziewał. To niewątpliwie wielki sukces organizatorów, przyciągnęli właśnie tę grupę zwiedzających, na jakich nam najbardziej zależy – rolników z całej Polski. Odbyliśmy bardzo wiele konkretnych rozmów, mamy nadzieję, że przełożą się one później na sprzedaż. Pozytywnym zjawiskiem jest pojawienie się zwiedzających z zagranicy, marketing targów również powinien się kierować na nich. Następna edycja odbędzie się za dwa lata. Jest to dobry pomysł, gdyż tylko w elektroniczności nowości pojawiają się nieprzerwanie. Przedstawiciel firmy Zetor Tomasz Paw-*

*lak jest podobnego zdania: – Jesteśmy wierni Polagrze od samego początku i cieszymy się że organizatorzy udowodnili, iż właśnie w tym okresie można przygotować bardzo udaną imprezę. Widać, że wystawcom zależy na inwestowaniu we własne stoiska i pokazywaniu się z jak najlepszej strony. Ma na to wpływ także pomysł organizowania targów co 2 lata, co daje więcej czasu na rzetelne przygotowanie. Dopisała frekwencja i to bardzo nas cieszy. Organizatorzy wyszli naprzeciw naszym oczekiwaniom, dzięki czemu my, wystawcy, czujemy się równoprawnym partnerem. Elastyczność kierownictwa targów jest bardzo duża, a to pozwala na realizację naszych pomysłów. ■*



fol. serwis prasowy MTP, Polagra-PREMIERY 2008





**DARIUSZ MUŚLEWSKI**  
dyrektor targów Polagra-PREMIERY

## W gronie fachowców

**Polagra-PREMIERY nie może się obyć bez rozmów i dyskusji fachowców. W jakim kierunku będzie się specjalizować polskie rolnictwo?**

Czy jego przyszłością będzie rolnictwo ekologiczne – bez sztucznych nawozów i syntetycznych środków ochrony roślin, bez antybiotyków, hormonów wzrostu organizmów i organizmów genetycznie modyfikowanych, czy może właśnie swojej szansy powinno upatrywać w GMO? Jakie miejsce na polskim rynku wywalczą sobie grupy producentów rolniczych? Jak skorzystać z unijnych środków finansowych – w tym dopłat oraz możliwości modernizacji gospodarstw i leasingowania maszyn? Wokół tych pytań krążyły dyskusje uczestników tematycznych konferencji towarzyszących targom.

Najważniejsze problemy nurtujące polskie rolnictwo zostały poruszone na specjalnych spotkaniach, wśród nich: Forum Producentów Rzepaku, Forum Roślin Energetycznych, Forum Producentów Roślin Zbożowych, Forum Producentów Buraka Cukrowego oraz Forum Producentów Kukurydzy, seminarium poświęcone działaniom i funkcjonowaniu grup producentów rolnych. W różnorodnych konferencjach brali udział przedstawiciele stowarzyszeń rolniczych, instytutów naukowych, placówek doradczych, instytucji kontrolnych, a także sami uczestnicy rynku. Tradycyjnie podczas imprez targowych organizowanych przez MTP prezentowana jest oferta nauki dla określonych sektorów gospodarki. Jest to nie tylko doskonała promocja nowoczesnych rozwiązań technologicznych dla przemysłu, ale również transfer rezultatów prac badawczych do praktyki gospodarczej. ■

*Polagra-PREMIERY to targi szyte na miarę potrzeb wystawców i zwiedzających. Nowoczesna, specjalistyczna formuła tych targów szybko zdobyła zaufanie wystawców – producentów maszyn i urządzeń rolniczych. Ogromny wybór marek sprzętu i bogata oferta fachowego doradztwa sprawiły zaś, że tegoroczna – dopiero druga edycja tych targów przyciągnęła zwiedzających aż z 12 krajów.*

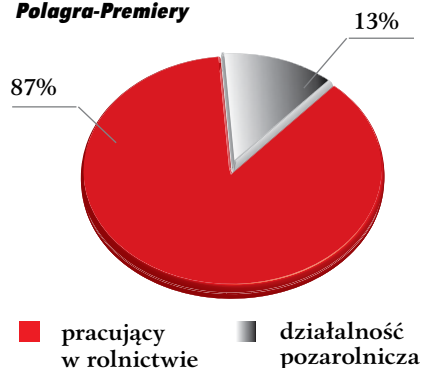
*Już dziś zapraszam na następną edycję targów Polagra-PREMIERY – 11-14 lutego 2010.*

### Kim są zwiedzający?

Odpowiedź jest prosta – to profesjonalści. Aż 87 procent zwiedzających targi Polagra-PREMIERY to ludzie bezpośrednio związani z rolnictwem. Polski rolnik wie, czego chce, i wie także, gdzie tego szukać. – *Od kiedy możemy korzystać z unijnych dopłat na zakup maszyn, staliśmy się naprawdę poważnym klientem dla krajowych i zagranicznych producentów – mówi Maciej Piątkowski, właściciel gospodarstwa rolnego z Mazowsza. – W stosunku do naszych dochodów maszyny są jednak wciąż drogie, więc przed zakupem trzeba dobrze rozecznać rynek. Targi dają taką możliwość.*

Według szacunków w polskim gospodarstwie rolnym przybywa rocznie około 12 tysięcy nowych maszyn. Największe zainteresowanie na targach wzbudzają ciągniki o mocy od 80 do 110 KM. Ale polskiemu rolnikowi nie chodzi

### Odwiedzający targi Polagra-Premiery



już tylko o wymianę starych maszyn na nowe, coraz częściej sięga on po maszyny z wyższej półki. – *W ostatnich latach obserwujemy znaczny wzrost sprzedaży. W skali roku jest to około 20-30 procent – mówi Sylwia Świątczak ze spółki Crystal Traktor.*

Tegoroczna wystawa przyciągnęła gości z całej Polski i z zagranicy – z 12 krajów. – *Na takie targi warto przyjechać nawet z daleka. Co prawda ta wyprawa zajmuje sporo czasu, ale za to w jednym miejscu znajdujemy maszyny i urządzenia, których inaczej musielibyśmy szukać w siedzibach różnych przedstawicieli. Tutaj czekają na nas doradcy techniczni, handlowcy, a przede wszystkim ogromny wybór marek i producentów, nie tylko polskich – podsumowuje Wiesława Rzemek, właścicielka gospodarstwa na Lubelszczyźnie. ■*

**W uroczystym otwarciu targów uczestniczył minister rolnictwa Marek Sawicki. Zdaniem ministra: w dobie coraz większej specjalizacji i unowocześniania gospodarstw tego typu targi, jak Polagra-PREMIERY nabierają większego znaczenia. Właściciele towarowych gospodarstw rolnych poszukują specjalistycznego sprzętu pozwalającego usprawnić pracę i jednocześnie obniżyć koszty.**



fot. serwis prasowy MTP, Polagra-PREMIERY 2008

**POLAGRA-PREMIERY 2008**

• 8-belkowy agregat uprawowy Exaktgrubber – VA-RI-O, Köckerling GmbH & Co. KG Niemcy • kombajn zbożowy JOHN DEERE T 560i, JOHN DEERE & COMPANY Niemcy, zgłaszający: JOHN DEERE POLSKA Sp. z o.o. Jelonek k. Poznań • kontenerowe urządzenie asenizacyjne – czyszczące do instalacji ściekowych i kanalizacyjnych KA 4500K, Przedsiębiorstwo Usługowo Produkcyjne POMOT Sp. z o.o. Chojna • rozpylacz ceramiczny ezektorowy dwustrumieniowy AVI TWIN, SAINT GOBAIN SOLCERA – ALBUZ Francja, zgłaszający: ALBUZ –BOTT Agro Leszno • ciągnik rolniczy ZETOR 8441 PROXIMA, ZETOR TRACTORS A.S. Czechy, zgłaszający: ZETOR POLSKA Sp. z o.o. Kalisz • kosiarzka tarczowa przyczepiana 3,4 m z walcami Heavy Duty i transporterem KDC 340 WP, FIRMA SaMASZ inż. Antoni Stolarski Białystok • telematyczny system monitorowania maszyny i ciągników rolniczych CLAS-S-TELEMATICS / AGRO – SCOUT, AGROCOM GmbH & Co. AGRARSYSTEM KG / CLAAS KGaAmbH, zgłaszający: AGROCOM POLSKA. Oprogramowanie i Nowe Możliwości dla Rolnictwa Jerzy Koronczok Żędowice • YARA N-SENSOR ALS - urządzenie służące do optymalizacji dawki nawożenia azotowego w czasie rzeczywistym, Firma YARA, zgłaszający: AGROTECHNOLOGY, Szczecin i AGRICON GmbH, Niemcy • ciągnik Rolniczy NEW HOLLAND T7050, CNH International CNH UK Ltd, Wielka Brytania, zgłaszający: CNH POLSKA Sp. z o.o. Płock ciągnik rolniczy MASSEY FERGUSON 7480, AGCO LIMITED Wielka Brytania zgłaszający: KORBANEK Sp. z o.o. Tarnowo Podgórne • ciągnik rolniczy Fendt 312 Vario, AGCO GmbH Niemcy, zgłaszający: KORBANEK Sp. z o.o. Tarnowo Podgórne • półaktywne zawieszenie kabiny AutoComfort, Valtra Inc. Finlandia, zgłaszający: AGCO Sp. z o.o. Paczkowo • siewnik kukurydzy DZIK do zasiewu pasa przeciwszkodowego przed zwierzną leśną, ŁUCZAK Maszyny Rolnicze Stanisław Łuczak Bartochów • kompaktowe brony talerzowe serii KBT 30 R2, BURY- Maszyny Rolnicze- Wojciech Bury Kutno

**NEXT SEASON i BODY STYLE  
Wiosna 2008**

• suknie wizytowo-wieczorowe SUBTELNY BLASK, Studio Mody FRANÇOISE Franciszka Znamirska, Rzeszów • żakiet ze spódnicą z kolekcji IMPREU DESIGN, LAYLA FASHION Sp. z o.o., Łódź • zestaw dla małej niesfornej dziewczynki-ROCCO GIRL, ENEXPOL POLAND Sp. z o.o., Busko-Zdrój • zestaw dla małego urwisa MY LITTLE PONY- Impresje na temat konika, ENEXPOL POLAND Sp. z o.o., Busko-Zdrój • dwuczęściowy komplet damski z kołnierzem oraz bluzką z kolekcji MOONLIGHT, SZEFLER Sp. z o.o., Bydgoszcz • bluzka damska 42874, POLO Sp. z o.o., Kalisz • linia projektowa BUSINESS, POLO Sp. z o.o., Kalisz • strój kąpielowy ATENA, SAURIAN Sp. z o.o., Katowice

**TARGI OBUWIA SKÓRY  
I WYROBÓW SKÓRZANYCH  
Wiosna 2008**

• półbut dziewczęcy art. 477, Przedsiębiorstwo Produkcji Obuwia ANTYLOPA, Łaskarzew • trzewik dziecięcy wzór 641, FALCON Zakład Obuwniczy Antoni Urawski, Łaskarzew • czółenka damskie wzór 020, CARSONA Małgorzata Brzozowska, Warszawa • półbut damski wzór 137, PPHU PIECHUR BIS Bytniewscy & Józwicka sp.j., Żelechów • damskie klapki ze skóry-model SELLA 6020, Firma AXEL Kosela Stanisław, Częstochowa • torba skórzana damska M:077, ZOE AJTNER, Koszalin • zestaw torebek wizytowych EWA, Zespół Szkół Zawodowych im. J.Kilińskiego, Radom



**DEBIUT  
2008**

**PRO-HORTI**  
Salon Kontraktacji Ogrodniczych

**2-5 października 2008**

**Salon PRO-HORTI to część targów FARMA, kierowana do ściśle wyselekcjonowanego grona odbiorców. Specjalistyczny salon dla producentów i dystrybutorów oferujących produkty oraz usługi niezbędne dla prowadzących działalność w obszarze upraw pod osłonami oraz sadowniczych.**

Dla większego komfortu rozmów z klientami pierwszy dzień najbliższego Salonu PRO-HORTI odbędzie się w formule B2B. W ten sposób o ofercie wystawców dowiedzą się te grupy docelowe, na których wizycie zależy im najbardziej, a tego dnia wstęp na targi będą mieli tylko profesjonalni zainteresowani prezentowanymi produktami. Budowana od kilku lat przez MTP baza adresowa specjalistów z sektora ogrodniczego oraz współpraca z branżowymi stowarzyszeniami i mediami gwarantuje dotarcie z informacją o ekspozycji i programie Salonu do właściwych odbiorców z odpowiednim wyprzedzeniem.

## Targi z charakterem

**Targi Polagra-PREMIERY – to miejsce, w którym prezentowane jest wszystko, czego producent rolny może potrzebować przed rozpoczęciem sezonu polowego.**

Zwiedzający mogą zobaczyć m.in. maszyny i urządzenia do zbioru zielonek, przygotowywania kiszonek i sianokiszonek, do miksowania, mieszania, przygotowywania i dystrybucji pasz, do uprawy i pielęgnacji roślin oraz ścielenia słomy, nasiona, nawozy oraz środki ochrony roślin. Ciągniki rolnicze, agregaty i wiele innych najnowszych maszyn i urządzeń dla dużych i małych gospodarstw prezentują na targach przedstawiciele najlepszych polskich i światowych producentów. Zdaniem Pawła Bawolskiego, przedstawiciela firmy Korbanek: – *Polskie rolnictwo stało się bardzo nowoczesne, widać bardzo duży postęp, jeśli chodzi o usprzętowanie. Oczywiście jest jeszcze wiele do zrobienia, ale polscy rolnicy są coraz bardziej skory do inwestowania w maszyny. Przekonali się, że zainwestowanie w maszynę jakościowo dobre dostosowane do ich potrzeb i oczekiwań da im większą satysfakcję w dłuższym okresie.*

Polagra-PREMIERY to marka nowa, jednak stoi za nią ogromne doświadczenie MTP jako organizatora targów i wystaw rolniczych, a także nowoczesna, specjalistyczna formuła. Zdążyła już zdobyć zaufanie zarówno wystawców – producentów maszyn i urządzeń stosowanych w rolnictwie, jak i zwiedzających – ich potencjalnych klientów, właścicieli gospodarstw rolnych i hodowlanych. Najsilniejszą stroną nowej formuły targów Polagra-PREMIERY są przede wszystkim nowości i zapowiedzi rynkowe producentów sprzętu rolniczego. Wśród propozycji producentów i handlowców znajdziemy prawie 150 nowości. – *Ciesz się, że wielu wystawców wybrało właśnie targi Polagra-PREMIERY jako miejsce prezentacji swoich nowych produktów* – mówi Dariusz Muślewski, dyrektor projektu targów Polagra-PREMIERY. – *Świadczy to o znaczeniu, jakie zyskały te najmłodsze poznańskie targi. Nowe produkty są zawsze oznakowane specjalną naklejką – znacznikiem Nowości Polagra-PREMIERY.*

W ten sposób powstaje w Poznaniu ekspozycja maszyn i urządzeń najbardziej uznanych przez rolników marek, niezbędnych do tego, by wydajnie prowadzić gospodarstwo rolne. Na targach nie brakuje również fachowych porad i czasopism branżowych. ■

Zwiedzających do Poznania przyciąga nie tylko bogata oferta nowości z różnych kategorii produktowych. Atrakcją jest ciekawy program wydarzeń towarzyszących i przestrzenie specjalne, a nade wszystko możliwość porównania oferty rynkowej.



fot. serwis prasowy MTP, Polagra-PREMIERY 2008



Mocną stroną nowej formuły targów Polagra-PREMIERY są przede wszystkim nowości i zapowiedzi rynkowe producentów sprzętu rolniczego.



Na targach każdą maszynę można było dotknąć, przetestować, ocenić. Była to też doskonała okazja do zasięgnięcia fachowej konsultacji. Przedstawiciele firm chętnie udzielali odpowiedzi na wszelkie pytania dotyczące prezentowanych maszyn.



Międzynarodowe Targi Mechanizacji Rolnictwa Polagra-PREMIERY są ważnym źródłem informacji o nowych produktach, a także o bieżącej sytuacji na rynku. Podczas ostatnich targów z ofertą wystawców zapoznano się 40 tysięcy profesjonalnych zwiedzających.

- skóra bydleca lakier metalik SAHARA, JUMA Sp. z o.o., Sieradz
- skóra bydleca wodoodporna STEN, Zakład Garbarski Jan Laskowski, Mogielnica
- kozuch damski D0910 staroszlachecki, Zakład Kozuszkarski GRYWAŃ Import-Export, Ostrowo
- skóra bydleca obuwia COLOMBO z wykończeniem fantazyjnym, SIWIEC Sp. z o.o., Radom
- nubuk wodoodporny - skóra bydleca, JANPOL Jan Hryniewicz, Braniewo
- półbut damski wzór CRN 2 568, Zakład Produkcji Obuwia CARINII Grzegorz Urawski, Łaskarzew
- obuwie damskie wzór 660, ŁUKBUT Sp. z o.o., Warszawa
- półbut męski wyjściowy wzór 2790, Zakład Produkcji Obuwia ABER, Zebrydowice
- skóra bydleca obuwia ARCADIA, Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowe Garbarnia WALDEX, Żory
- skóra bydleca BLACK TIGER, Zakład Garbarski Jan Łukowski, Sławomir Łukowski, Mogielnica
- obuwie damskie wzór 380, Zakład Produkcji Obuwia KARINO, Łaskarzew
- kozak damski wzór 543, PPHU STANLEY Norbert Kośla, Białobrzegi
- półbut młodzieżowy wzór 312, PPHU KACPER Sp.j., Myszków
- kozak damski letni, Politechnika Radomska Katedra Wzornictwa Obuwia, Radom



## acanthus aureus

Międzynarodowe Targi Poznańskie wyróżniają godłem Acanthus Aureus stoiska, które dzięki wykorzystaniu niebanalnych rozwiązań architektonicznych, sprzyjają bezpośredniej komunikacji z klientami i doskonale oddają strategię marketingową firmy. W pierwszym kwartale roku 2008 takie wyróżnienie otrzymali:

### BUDMA

- MAPEI Polska Sp. z o.o., Biuro Handlowe, Warszawa
- MONIER Sp. z o.o. (do 2007 roku LAFARGE DACHY Sp. z o.o.), Opole
- WELET Sp. z o.o., Maszewo
- STEGU Sp. z o.o., Jelowa
- BASF POLSKA Sp. z o.o., Warszawa
- PORTA KMI POLAND Sp. z o.o., Bolszewo
- WIENERBERGER CERAMIKA BUDOWLANA Sp. z o.o., Warszawa
- Fabryka Ceramiki Budowlanej WACŁAW JOPEK Sp. z o.o. Sierakowice-Paczków-Ołdrzychów-Radziejowice
- Fabryka Ceramiki Budowlanej WACŁAW JOPEK-Bytom
- KLAFS Sp. z o.o., Miłostaw
- Robert Bosch Sp. z o.o., Warszawa

### BUMASZ

- HAULOTTE POLSKA Sp. z o.o., Warszawa

### POLAGRA-PREMIERY

- JOHN DEERE POLSKA Sp. z o.o., Jelonek k. Poznań
- EXPOM Sp. z o.o., Krośnice
- BEST-PEST ZPUH Sp.j.

### INTERMASZ

- STRIMA Sp. z o.o.

# TARGI KSIĄŻKI I EDUKACJI w świecie wiedzy i

Przez ponad 10 lat istnienia urosły do rangi największych targów tego typu w Polsce. Dziś tworzy je kompleks trzech wydarzeń: Targi Edukacyjne, Poznańskie Spotkania Targowe – Książka dla Dzieci i Młodzieży oraz Salon Wyposażenia Szkół. To targi przede wszystkim dla uczniów i rodziców – są źródłem informacji pozwalających na świadomy wybór ścieżki edukacji na każdym etapie kształcenia. To także pierwsze i najważniejsze w Polsce targi poświęcone wyłącznie książce dla młodych czytelników.



fot. serwis prasowy MTP, Targi Edukacyjne 2008

## EUROPEJSKA RYWALIZACJA

Na targach można było zgłosić swój udział w konkursie EuroSkills 2008, w którym ponad 500 młodych profesjonalistów z 25 krajów europejskich ma szansę wykazać się swoimi umiejętnościami zawodowymi w jednej z ponad 40 kategorii – od rzemiosła po projektowanie stron internetowych.

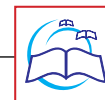
fot. serwis prasowy MTP

## ■ Od przedszkolaka po studenta

**Współczesna nauka i edukacja są w dużej mierze produktem rynkowym i podlegają prawom popytu i podaży – można się o tym przekonać podczas letnich Targów Edukacyjnych.**

Co roku gromadzą one około 350 różnego typu placówek oświatowych i firm działających na rzecz oświaty prezentujących swoją ofertę. Najważniejszym celem targów jest promocja oferty edukacyjnej na wszystkich poziomach kształcenia, również dla dorosłych. Spotkania takie pozwalają w krótkim czasie zebrać ogrom informacji o możliwościach kształcenia i działalności placówek edukacyjnych i wychowawczych. Bezpośredni kontakt z przedstawicielami takich placówek, możliwość konsultacji psychologicznej,

rozmowy z uczniami danych szkół – wszystko to sprzyja podejmowaniu właściwych decyzji. Targi to również doskonała okazja – zarówno dla zwiedzających, jak i wystawców – do uczestnictwa w prelekcjach, wykładach i seminariach. Nauczyciele i dyrektorzy szkół mogą wykorzystać obecność na targach związaną z prezentacją ofert swojej placówki do pogłębienia wiedzy z interesujących ich dziedzin. A jest w czy wybierać. W tym roku wiele uwagi poświęcono możliwościom korzystania z funduszy unijnych i europejskich programów promujących naukę, podnoszeniu kwalifikacji i współpracy między uczelniami, jak Leonardo da Vinci czy Erasmus. Wiele wykładów dotyczyło tematów merytorycznych adresowanych do nauczycieli poszczególnych przedmiotów. ■



# wyobraźni



fol. serwis prasowy MTP, Targi Edukacyjne 2008



**JERZY KACZMAREK**  
dyrektor Targów Edukacyjnych  
i targów Książka dla Dzieci i Młodzieży

*Propozycję dla siebie może znaleźć tu każdy uczeń, od najmłodszego do najstarszego. Obecne są nie tylko szkoły wyższe, ale również licea, szkoły policealne, gimnazja, szkoły podstawowe, szkoły artystyczne i zawodowe, a także szkoły językowe i instytucje oświatowe. Z roku na rok coraz więcej jest ofert szkół profilowanych, zawodowych – w tym roku zajęły one cały pawilon. Pojawia się coraz więcej placówek oferujących kształcenie ustawiczne i doskonalenia zawodowego. Są to obecnie największe tego typu targi w Polsce. Ich publiczność wciąż rośnie.*

## CORAZ BARDZIEJ MIĘDZYNARODOWO

Wraz z przyjęciem Polski do Unii Europejskiej przed polską młodzieżą otworzyły się nowe możliwości studiowania za granicą. Wiedzą o tym dobrze zagraniczne uczelnie, dlatego w tym roku ich oferta była nadzwyczaj bogata. Wśród 81 szkół wyższych było 46 wystawców zagranicznych z 17 krajów (Austrii, Belgii, Cypru, Czech, Danii, Finlandii, Holandii, Irlandii, Niemiec, Portugalii, Szwajcarii, Szwecji, Turcji, USA, Ukrainy, Węgier i Wielkiej Brytanii). Uczelnie chętnie korzystały z możliwości zaprezentowania się na scenie głównej. Codziennie można było wysłuchać ich 20-minutowych prezentacji. Z tej oferty skorzystało najwięcej, bo aż jedenaście, uczelni z Wielkiej Brytanii.



fol. serwis prasowy MTP, Targi Edukacyjne 2008

## Salon Wyposażenia Szkół

Od ubiegłego roku Targom Edukacyjnym towarzyszy Salon Wyposażenia Szkół. Jego wystawcy prezentują między innymi meble szkolne, pomoce dydaktyczne, sprzęt audiowizualny, wyposażenie pracowni komputerowych, pracowni językowych, sal gimnastycznych, odzież sportową i szkolną – krótko mówiąc wszystko to, co jest związane z życiem szkolnym. Sprawdzona w ubiegłym roku formuła również i w tym roku spotkała się z dużym zainteresowaniem z jednej strony wystawców, a z drugiej odbiorców ich oferty, czyli przedstawicieli placówek oświatowych. Wystawcy, których było więcej niż w ubiegłym roku, byli bardzo zadowoleni z nawiązanych na targach kontaktów. Dyrektor Targów Edukacyjnych Jerzy Kaczmarek, sądząc z rosnącego zainteresowania Salonem uważa, że powinni się on systematycznie rozwijać, a w przyszłości ma szansę przekształcić się nawet w samodzielne targi.



fol. serwis prasowy MTP, Targi Edukacyjne 2008

### Justyna Tyczyńska-Kubiak

wicedyrektor Zespołu Szkół Przemysłu Spożywczego w Poznaniu:

*Chcąc wyróżnić się spośród innych szkół, które prezentowały swoją ofertę na tegorocznych Targach Edukacyjnych, zorganizowaliśmy na naszym stoisku pokazy umiejętności piekarskich i cukierniczych. Każdego dnia nasi uczniowie wykonywali wyroby z karmelu, marcepanu oraz chałki. Ale to nie wszystko. Każdy mógł tu próbować swoich sił i samodzielnie wykonać takie produkty pod czujnym okiem naszych uczniów. Przekonaliśmy się, że taka forma prezentacji jest dla młodzieży, która przybyła na targi w poszukiwaniu ciekawych ofert, świetną zachętą do odwiedzenia stoiska. Podczas pokazów byliśmy wręcz oblegani, wielu młodych ludzi próbowało też swoich umiejętności. Liczę na to, że pobyt na naszym stoisku będzie dla nich zachętą do zainteresowania się samą szkołą i podjęcia w niej nauki.*

Czytanie małym dzieciom stymuluje rozwój, czytanie kilkulatkowi rozbudza w nim ciekawość świata i pomaga zrozumieć siebie i innych, czytanie książek przez nastolatków pomaga pokonać wiele problemów wieku dorastania. Odpowiedź na pytanie: co czytać? – można znaleźć na Poznańskich Spotkaniach Targowych Książka dla Dzieci i Młodzieży.



fot. serwis prasowy MTP Targi Edukacyjne, Książka dla Dzieci i Młodzieży 2008



Szczegółowe informacje o ofercie edukacyjnej, ale i ciekawostki związane z daną szkołą – o to najczęściej pytali kandydaci na uczniów i ich rodzice.



**ПОЗНАНСКИЕ ВСТРЕЧИ НА ЯРМАРКЕ  
Книги для детей и молодежи**



fot. serwis prasowy MTP, Targi Edukacyjne 2008

## Piotr Gajewski

z firmy Agraf, zajmującej się dystrybucją sprzętu i oprogramowania dla szkół:

*Jesteśmy bardzo zadowoleni z naszej obecności na Targach Edukacyjnych. Są one doskonałą okazją do nawiązania wielu ciekawych kontaktów. Można tu spotkać wielu dyrektorów szkół i nauczycieli, którzy decydują w szkołach o inwestycjach. Nasze tablice interakcyjne wzbudziły ich duże zainteresowanie. Cieszę się również, że wielu uczniów doceniło zalety naszych produktów. W końcu są one przygotowywane z myślą o nich.*

**Przestrzeń „Era Inżyniera” na targach to pomysł, jak obudzić zainteresowanie młodzieży nauką i techniką.**

## ■ Nauka dla świata

**Tegoroczne Targi Edukacyjne odbywały się pod hasłem „Edukacja dla zrównoważonego rozwoju”. Tym samym nawiązywały do rezolucji Zgromadzenia Ogólnego ONZ, które ustanowiło lata 2005-2014 Dekadą Edukacji na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (Decade of Education for Sustainable Development).**

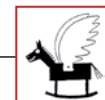
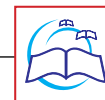
Jej idea jest dążenie do osiągnięcia równowagi pomiędzy społecznym i ekonomicznym dobrem oraz kulturą, tradycją i ochroną zasobów naturalnych ziemi. Edukacja jest kluczowym czynnikiem tych przemian. – *Motyw przewodni targów ukształtował w ogromnej mierze ich program. Odbywające się podczas targów konferencje: dla nauczycieli, dyrektorów, władz oświatowych i rodziców doskonale pokazywały wielostronność działań edukacyjnych. Wystawy i pokazy zachęcały do wyboru tych kierunków kształcenia, które najsilniej oddziałują na rozwój gospodarki* – podsumowuje Ewa Superczyńska, dyrektor Ośrodka Doskonalenia Nauczycieli w Poznaniu.

Wiele uwagi poświęcono promocji nauki i wiedzy technicznej. Centrum Praktyk i Karier Politechniki Poznańskiej na specjalnie wydzielonej przestrzeni zorganizowało pokaz ciekawostek związanych z promocją nauki i wiedzy technicznej pod hasłem „Era inżyniera – Edukacja dla zrównoważonego rozwoju”. Zaprezentowano zarówno tradycyjne dziedziny nauk inżynierskich, jak architektura, budownictwo, inżynieria środowiska, budowa maszyn, elektrotechnika, fizyka techniczna, technologie chemiczne, jak i te z obszaru high-tech – czyli informatykę, telekomunikację czy robotykę.



fot. serwis prasowy MTP, Targi Edukacyjne 2008

Odbyło się wiele prelekcji, pokazów, prezentacji multimedialnych, konkursów, rozmów z przedstawicielami uczelni i firm. Z rozwijaniem umiejętności technicznych, tym razem u najmłodszych, związana była kolejna przestrzeń specjalna – „Miasteczko techniki dla dzieci”. Tutaj maluchy mogły poznać obsługę laptopów, budować roboty oraz nauczyć się ich programowania za pomocą komputera, konstruować z klocków Lego całe miasta przyszłości i idealny plac zabaw, przyglądać się, jak powstają brykiety ze słomy, dowiedzieć się, jak segregować śmieci – i dobrze się przy tym bawić. ■



**TARGI  
EDUKACYJNE**

Od mebli szkolnych, poprzez tradycyjne pomoce dydaktyczne, po nowoczesny sprzęt audio-wizualny, wyposażenie pracowni specjalistycznych i sal sportowych – to wszystko znaleźć można było w ofercie wystawców tegorocznego Salonu Wyposażenia Szkół.

Pokazy na scenie to także dobra forma promocji szkół. Błyszczące Audi i motocykl Harley zachęcały do nauki przyszłych mechaników, można było także obejrzeć występy teatrów szkolnych, kabaretów, zespołów muzycznych, chórów, grup tanecznych i sportowych, pokazy makijażu. Studenci Wyższej Szkoły Pedagogiki i Administracji w Poznaniu zachwycali publiczność codziennymi pokazami sprawnościowymi judo i capoeiry oraz breakdance.



### ROZMOWA z...

prof. dr. hab. inż. Tomaszem Łodygowskim  
prorektorem ds. kształcenia Politechniki  
Poznańskiej

## Przemysł czeka na młodych naukowców

Na tegorocznych Targach Edukacyjnych Politechnika Poznańska była głównym organizatorem dwóch niekonwencjonalnych stoisk ukazujących ideę współpracy i partnerstwa na rzecz realizacji Strategii Lizbońskiej. Sądząc po frekwencji, był to niezwykle udany pomysł.

Też tak sądzę. Udało nam się obrazowo pokazać społeczeństwu zaangażowanie instytucji publicznych, naukowych i biznesowych na rzecz promocji wiedzy technicznej i nowoczesnych technologii. Na stoisku „Era inżyniera – Edukacja dla zrównoważonego rozwoju” uczelnie udowodniły, że dokonania naukowe mają bezpośrednie zastosowanie zarówno w przemyśle, jak i na rynku usługowym. Obecne były także przedsiębiorstwa, które przedstawiały swoje konkretne oferty. Solaris pokazywał na przykład autobus produkowany dla Dubaju i prowadził rekrutację kadry, Refa przedstawiała swoją ofertę szkoleniową, Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe zachęcało do tworzenia Startup-IT, Philips pokazał nowoczesną technologię LED, warszawski NOT zachęcał do udziału w konkursie EuroSkills. Cieszymy się też z sukcesu „Miasteczka techniki” przygotowanego dla dzieci. W bogato wypełnionej przestrzeni mogły się bawić i jednocześnie uczyć.

Wziąwszy pod uwagę tegoroczny sukces, czy „Era inżyniera” pojawi się na targach również w przyszłym roku?

Organizując to wydarzenie, mieliśmy okazję do rozmów i wymiany doświadczeń. Partnerzy zadeklarowali dalszą współpracę. A to dopiero początek naszych działań. Już dziś mamy wiele nowych pomysłów i propozycji. Jesteśmy przekonani, że dzięki projektowi partnerskiej promocji wiedzy technicznej ideę tę uda się nagłośnić i upowszechnić. (ao)

## ■ Artyści mali i duzi

**Ilustracje rozbudzają wyobraźnię. Są bardzo ważnym elementem książek, zwłaszcza dla najmłodszych czytelników – również książek edukacyjnych.**

Poznańskie Spotkania Targowe nie mogą się obyć bez wydarzeń im poświęconych. Organizowane są one zarówno na terenach targowych, jak i poza nimi. Biorą w nich udział znani i cenieni plastycy, między innymi Bohdan Butenko. Ich kontakt z czytelnikami to nie tylko spotkania autorskie, ale też na przykład warsztaty ilustratorskie dla dzieci. Na stałe do programu targów wpisała się wystawa „Mistrzowie ilustracji” – w 2008 roku przedstawiane były na niej prace Stasysa Eidrigeviciusa – cenionego malarza, plakacisty, twórcy ekslibrisów, rysunków, ilustracji książkowych, happeningów i instalacji. Co roku organizowany jest również Salon Ilustratorów, będący przestrzenią prezentacji polskich twórców ilustracji i grafiki książkowej. Usytuowany jest on w ramach ekspozycji targowej – po to, by ułatwić bezpośredni kontakt artystów ze środowiskiem wydawców. Tradycyjnie ciekawe wystawy przygotowuje Polska Sekcja IBBY. ■



foto. serwis prasowy MTP,  
Książka dla Dzieci i Młodzieży 2008

### GOŚĆ SPECJALNY

Bardzo wyczekiwany gościem targów Książka dla Dzieci i Młodzieży był Stasys Eidrigevičius – znany i ceniony malarz, plakacista, grafik,

autor wielu ilustracji książkowych. Chętnych, by uzyskać jego autograf, trudno było zliczyć. Można było go spotkać zarówno na terenach targowych, gdzie brał udział w warsztatach dla dzieci „Rysujemy z mistrzem”, jak i w Centrum Kultury „Zamek” – na wystawie „Mistrzowie Ilustracji” prezentującej jego prace.





fol. serwis prasowy MTP, Książka dla Dzieci i Młodzieży 2008

## POROZMAWIAMY O KSIĄŻKACH

W programie targów specjalne miejsce zajmują dyskusje, konferencje i spotkania poświęcone tematyce interesującej wydawców, dystrybutorów i użytkowników książki dla dzieci i młodzieży (zarówno literackiej, jak i edukacyjnej). Zawsze kilka z nich dotyczy nowych pomysłów na promocję czytelnictwa. Niezwykłą przygodą dla młodych czytelników są spotkania autorskie. Mali czytelnicy mogą nie tylko porozmawiać z ulubionymi pisarzami, poetami czy ilustratorami, ale również zdobyć ich autografy. W 2008 roku na targach można było spotkać tak popularne i lubiane pisarki, jak Wanda Chotomska i Joanna Papuzińska.

## Dla twórców i przyjaciół książki

Wręczenie statuetek Pegazika – nagród dla wybitnych autorów i zaangażowanych przyjaciół literatury, tradycyjnie towarzyszy otwarciu Poznańskich Spotkań Targowych. Laureatką Pegazika przyznanego twórcom w 2008 roku została Wanda Chotomska. Pegazika w kategorii przyjaciel książki otrzymała Elżbieta Bednarek z poznańskiej Biblioteki Raczyńskich – za wszystkie przedsięwzięcia mające przybliżyć dzieciom literaturę.

*kontakt, każda rozmowa zbliża nas do siebie. Jest pomocna w nawiązywaniu jeszcze głębszej serdecznej więzi. Również sam pobyt na targach jest interesującym przeżyciem. Świetnie, że tu obok ekspozycji tak wiele się dzieje, bardzo podobały mi się występy teatru szkolnego Łejerów.*



**Elżbieta Bednarek otrzymała w tym roku statuetkę Pegazika dla przyjaciół książki. W ten sposób uhonorowano jej działalność i pracę związaną z popularyzacją czytelnictwa wśród dzieci. Wśród różnych pomysłów i projektów szczególnie wiele pochwał zebrał program „Bajeczne niedziele u Raczyńskich”.**

Poprosiliśmy laureatkę o ocenę roli Poznańskich Spotkań Targowych Książka dla Dzieci i Młodzieży w promocji książki wśród najmłodszych.

*– To znakomity projekt, a najcenniejszą jego cechą jest zgromadzenie w jednym miejscu i czasie najnowszych propozycji książek dla dzieci i młodzieży. Kontakt pedagogów i bibliotekarzy z wydawcami, zwłaszcza tymi otwartymi na sugestie czytelników i tych, którzy książki wykorzystują w pracy pedagogicznej, może zaowocować dopełnieniem oferty o wartościowe, często zapomniane, a pozycje. Atrakcyjność imprez towarzyszących, możliwość bezpośredniego kontaktu z pisarzami powinny zaowocować prawdziwymi wycieczkami szkolnej młodzieży. W tym właśnie pokładam największą nadzieję na propagowanie czytelnictwa wśród najmłodszych. Dzieci same bardzo rzadko odwiedzają księgarnie, najczęściej przychodzą po podręczniki. Dla większości to przestrzeń nieoswojona. Targi z licznymi imprezami mogą tak jak biblioteki zaprzyjaźniać z książką od najmłodszych lat. Dlatego bardzo podoba mi się połączenie spotkań Książka dla Dzieci i Młodzieży z Targami Edukacyjnymi. ■*



**Wanda Chotomska – autorka ponad 200 książek dla dzieci i młodzieży, audycji radiowych i telewizyjnych, scenariuszy do filmów krótkometrażowych i sztuk teatralnych – została tegoroczną laureatką Pegazika dla twórców literatury.**

To ona jest twórcą między innymi popularnego cyklu programów telewizyjnych dla dzieci Jacek i Agatka, tekstów piosenek dla znanych dziecięcych zespołów muzycznych, jak Gawęda czy Łejerzy. Ma na swym koncie wiele nagród, została m.in. odznaczona Orderem Uśmiechu, a Poznań w dowód wdzięczności przyznał jej Wielką Pieczęć Miasta. Pegazik jest uhonorowaniem jej twórczości i podziękowaniem za pełne humoru wiersze i książki, które przez całe życie pisze dla najmłodszych czytelników. Podczas Poznańskich Spotkań Targowych Książka dla Dzieci i Młodzieży autorka miała wiele spotkań z czytelnikami. Dzieci wychodziły z targów z książkami pani Wandy Chotomskiej osobiście przez nią podpisanymi. Na pytanie, czym dla niej jest udział w tych targach, pisarka odpowiedziała:

*– Poznańskie Spotkania z Książką są dla mnie również spotkaniami z moimi czytelnikami. Każdy taki*



fol. Пресс-сервис МТР, Книги для детей и молодежи 2008

**To była nie lada frajda dla najmłodszych – na targach zorganizowano Misiowe Przedskole. Dzieci i ich opiekunowie mogli spędzić tam czas nie tylko na zabawie, ale również spotkać się m.in. z redaktorem naczelnym czasopisma „Miś – Przyjaciel Najmłodszych”. Dzieci przemaszerowały wraz ze swoimi pluszakami wśród stoisk targowych w Paradzie Misiów.**

## Bajkowy tramwaj

Ten niezwykle pojazd co roku bezpłatnie dowozi dzieci wraz z rodzicami na targi książki w Poznaniu. W czasie podróży na pasażerów czeka wiele atrakcji. W 2008 roku Wydawnictwo Miejskie wydało specjalny wierszowany przewodnik dla dzieci po Poznaniu. „Jadę tramwajem i Poznań poznaję” stało się hasłem tramwajowych wycieczek.



fol. serwis prasowy MTP, Książka dla Dzieci i Młodzieży 2008

## Ogólnopolskie konkursy

Konkursy dla młodych czytelników również wpisały się na stałe w program Poznańskich Spotkań Targowych Książka dla Dzieci i Młodzieży. Przygotowywane przez nich prace często zaskakują niezwykle wysokim poziomem. Podczas ostatniej edycji targów wręczono nagrody w konkursie „Moje magiczne miejsce”, organizowanym przez wydawcę magazynu „Heritage. Zabytki” i „Zabytki Magiczne” – Przedsiębiorstwo Wydawnicze Rzeczpospolita SA. Do konkursu zgłosiło się aż 380 drużyn z całej Polski, z kolei na konkurs literacki dla uczniów szkół podstawowych, gimnazjów i liceów „Książka, którą chciałbym przeczytać” napłynęło 830 prac. Laureatem tego konkursu został Maciek Lazar – Maciek jest niewidomy, a swoją pracę napisał brajlem.

# Centrum Kongresowe Poznań-Targi

Centrum Kongresowe  
Poznań-Targi przygotowuje  
rocznie ponad 1100  
różnorodnych wydarzeń  
– m.in. konferencji,  
kongresów i szkoleń.  
Uczestniczy w nich niemal  
250 tys. osób.

## EUROPEJSKA SKALA

Międzynarodowe Targi Poznańskie są największym organizatorem targów w Polsce i jednym z najważniejszych punktów na targowej mapie Europy. To także największe i najnowocześniejsze centrum kongresowo-konferencyjne w Polsce. Wysoka ocena Centrum Kongresowo-Wystawieniowego Poznań-Targi przez Organizację Narodów Zjednoczonych i doświadczenie MTP w realizacji tak szeroko zakrojonych międzynarodowych spotkań były bezdyskusyjnymi atutami Poznania jako miejsca organizacji 14. światowego kongresu klimatycznego ONZ.



**Największa z sal  
konferencyjnych Centrum  
Kongresowego może  
pomieścić 1200 uczestników.**

**MTP uzyskały certyfikat  
Profesjonalnego  
organizatora turystyki  
biznesowej w Polsce,  
wydawany przez  
Polską Organizację  
Turystyczną. O jej  
nadaniu decyduje m.in.  
dostęp do infrastruktury  
konferencyjnej  
o najwyższym potencjale,  
wieloletnie doświadczenie  
w organizacji dużych  
wydarzeń kongresowych  
i profesjonalna kadra.**

Centrum Kongresowe Poznań-Targi rokrocznie plasuje się w czołówce listy rankingowej katalogu obiektów i usług konferencyjnych w Polsce – [www.meetingspoland.pl](http://www.meetingspoland.pl). Decyduje o tym przede wszystkim kompleksowość jego oferty: profesjonalna opieka i doradztwo na każdym etapie organizacji wydarzeń i infrastruktura kształtowana na miarę potrzeb:

- 24 doskonale wyposażone, klimatyzowane sale konferencyjne
- pawilony targowe przystosowane do potrzeb konferencyjnych
- idealne warunki do organizacji imprez specjalnych nawet dla 10 000 osób
- przestrzeń kameralnych spotkań biznesowych

**Do potrzeb konferencyjnych  
można przystosować  
także dziewięć  
nowoczesnych pawilonów  
wystawienniczych**



# TARGI PRZEMYSŁU ODZIEŻOWEGO

## 6 x moda i biznes



fol. serwis prasowy MTP, SPECIAL DAYS, wiosna 2008

### ■ Nowa formuła

#### – strzał w dziesiątkę

**Oferty poznańskich salonów wzajemnie się uzupełniają, co pozwala zdecydowanie oszczędzić czas i producentów, i handlowców:**

– Połączenie Salonu BODY STYLE z targami NEXT SEASON jest znakomitym pomysłem, ponieważ te branże wzajemnie się uzupełniają. Salon BODY STYLE zrobił na nas bardzo dobre wrażenie, to nieporównywalnie wyższy standard niż targi z lat 90., kiedy to w Poznaniu wystawialiśmy się regularnie. Nasze kolekcje spotkały się z dużym zainteresowaniem, faktycznie kontraktowaliśmy kolekcje, bazując na spotkaniach z naszymi regionalnymi klientami, ale nawiązaliśmy też wiele nowych kontaktów handlowych. Na przykład wszyscy nasi niemieccy kontrahenci zapowiadają uczestnictwo w kolejnych edycjach targów – deklaruje Maciej Waszak z firmy Mirexim Distribution, przedstawiciela marek Taubert, Opera, Pill, Sunflair, Speidel, Götzburg.

Nową formułę targów producenci odzieży chwala przede wszystkim za specjalizację:

– Profesjonalne targi, profesjonalnie zorganizowane – tak najkrócej mogą określić Salon Kontraktacji. Wystawiamy się na różnych targach, ale nigdzie nie ma tak dobrze wyselekcjonowanej grupy potencjalnych klientów jak tutaj. Dobre warunki i wspaniała atmosfera sprzyjają zawieraniu transakcji. Już po raz czwarty bierzemy udział w tym Salonie i z roku na rok jesteśmy coraz bardziej zadowoleni – dodaje Krzysztof Jura z firmy Halszka.

– W tym roku zdecydowaliśmy się na dwa stoiska, z uwagi na większą liczbę reprezentowanych marek – mówi Jacek Brzechowski z firmy Dżibibis. – Cieszymy się, że salony kontraktacji się rozrastają, i że na targi wracają handlowcy, którzy wcześniej się do nich zniechęcili. ■

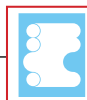


fol. serwis prasowy MTP, INTERMASZ 2008

Dwa razy w roku, wiosną i jesienią, producenci, handlowcy i projektanci spotykają się w Poznaniu. Poznańskie targi mody dostarczają inspiracji, fachowej wiedzy, dają szansę budowania trwałych relacji handlowych. Raz na dwa lata do pięciu imprez prezentujących gotowe produkty przemysłu odzieżowego i skórzanego dołączają targi INTERMASZ, a na nich oferta maszyn włókienniczych, odzieżowych i obuwniczych. Dzięki synergii tych sześciu wydarzeń o poznańskich targach mody trudno mówić inaczej niż tylko jako największym i najbardziej kompleksowym wydarzeniu dla tej branży w Polsce.

Salon kontraktacji – w takiej formule organizowane są NEXT SEASON, salon bielizny i strojów plażowych BODY STYLE i salon strojów okazjonalnych SPECIAL DAYS. Przygotowywane są one wyłącznie dla profesjonalistów, producentów i handlowców, którzy w komfortowych warunkach, w specjalnie zaaranżowanym pawilonie, mogą spotkać się z zaproszonymi klientami i zaprezentować im swoje najnowsze kolekcje.

Targowe spotkania producentów i handlowców ewoluują wyraźnie ku formule kontraktacji. Otoczenie sprzyjające rozmowom biznesowym, obecność najważniejszych graczy na rynku z jednej strony, a przedstawicieli specjalistycznych butików, show-roomów i sklepów multibrandowych z drugiej, pokazy handlowe – to najważniejsze oczekiwania branży wobec imprezy targowej. Właśnie uważne wsluchiwanie się w potrzeby tego rynku zapewniło sukces naszym targom – mówi Elżbieta Roeske, dyrektor grupy projektów MTP dla przemysłu mody. – Potwierdza go rekordowa pod każdym względem: powierzchni, liczby wystawców oraz prezentowanych marek (wzrost o blisko 40 proc. w porównaniu z edycją jesienną minionego roku) – marcowa edycja salonu NEXT SEASON. Były to największe w Polsce profesjonalne kontraktacje kolekcji odzieży damskiej, męskiej i dziecięcej oraz dodatków na sezon jesień-zima 2008/09. ■



**ELŻBIETA ROESKE**  
dyrektor grupy produktów

*Oferta wystawców uczestniczących w Salonach Kontraktacji: NEXT SEASON, BODY STYLE, SPECIAL DAYS oraz Targach Tkanin, Odzieży i Dodatków TEX-STYLE i Targach Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych skierowana jest przede wszystkim do profesjonalistów – do handlowców. Spotkania biznesowe producentów i handlowców ewoluują w kierunku formuły kontraktacji. Kreujemy więc nasze targi zgodnie z oczekiwaniami rynku.*

## NEXT SEASON, BODY STYLE & SPECIAL DAYS

# TYLKO DLA PROFESJONALISTÓW

**W wiosennej edycji NEXT SEASON uczestniczyło ponad 100 wystawców**, którzy oferowali kolekcje 210 marek polskich i zagranicznych – niemieckich, włoskich, francuskich, hiszpańskich, brytyjskich. Przedstawiciele sklepów detalicznych, sieci handlowych oraz hurtowni kalendarz spotkań handlowych rozpisany mieli niemal do ostatnich chwil trwania targów.

Salon Bielizny i Mody Plażowej BODY STYLE oraz Salon Mody Ślubnej i Komunijnej SPECIAL DAYS także cieszą się coraz większym zainteresowaniem ze strony handlowców, a tym samym – uznaniem producentów.

**Na Salonie BODY STYLE w marcu przez trzy dni targowe handlowcy zapoznali się z kolekcjami 50 marek** (to o niemal 20 proc. więcej w porównaniu z edycją jesień 2007): polskich, ale także austriackich, brytyjskich, francuskich, greckich, hiszpańskich, niemieckich, włoskich.

**4 tys.**

**handlowców uczestniczyło w wiosennych salonach kontraktacji**

**Salon SPECIAL DAYS wypełnia niszę rynkową, kontraktacje są najlepszą formułą zawierania długoterminowych umów handlowych.** Targi konsumenckie mają inny charakter i są tylko jednym z elementów gry rynkowej. Tak więc można się spodziewać, że zainteresowanie tym Salonem będzie dynamicznie rosnąć. W marcu w ramach SPECIAL DAYS kontraktowano wytworne kolekcje mody okazjonalnej, zaprojektowane w oparciu o najnowsze światowe tendencje oraz najwyższej jakości tkaniny blisko 15 marek – polskich, hiszpańskich i amerykańskich.

Nowy, dotychczas niepraktykowany w Polsce kierunek w handlu modą ślubną i okazjonalną – kontraktowanie kolekcji do salonów – okazał się również strzałem w dziesiątkę. Potwierdzają to słowa właściciela sklepu „Czar par”, Jerzego Stankiewicza: – *Branża mody ślubnej zdecydowanie potrzebuje właśnie takiej profesjonalnej formuły kontraktacyjnej i oczekuje zmian na rynku.* ■



fol. serwis prasowy MTP, Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych, wiosna 2008



**Najbardziej magiczny projekt bielizny został wybrany w rozstrzyganym podczas Salonu BODY STYLE konkursie Triumph Inspiration Award.** Jury pod przewodnictwem Iwony Pavlović nagrodziło projekt Sugestia Doroty Odój, reprezentującej Wyższą Szkołę Sztuki i Projektowania w Łodzi. Laureatka zaprezentuje swój projekt na światowym finale konkursu w Pekinie, latem 2008.

fol. serwis prasowy MTP, BODY STYLE, wiosna 2008



fol. serwis prasowy MTP, Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków, wiosna 2008

## TAK SIĘ SPRZEDAJE! MODA W ŚWIELE REFLEKTORÓW

Wysmakowana muzyka i choreografia, modelki i modele – to wszystko stanowi oprawę do prezentacji nowych kolekcji mody. Specjalne pokazy handlowe są nieodłącznym elementem wystąpień firm podczas salonów kontraktacji. Tutaj mają one bardzo pragmatyczny wymiar: są wsparciem dla rozmów handlowych. Jak twierdzi Sylwia Cierocka z firmy Aryton: – *Pokazy kolekcji pozwalają klientom nie tylko zorientować się w stylizacje proponowanych kolekcji, ale również wyczuć styl i charakter samej firmy, producenta, dzięki czemu łatwiej jest podejmować decyzje dotyczące ewentualnej współpracy.* Pokazy mody są prezentacją najnowszych wytycznych, najnowszych tendencji mody w nadchodzącym sezonie. O tym, co będzie nosiła „ulica”, zadecydują jednak już sami handlowcy.



fol. serwis prasowy MTP, Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych, wiosna 2008



Ekspozycja Nawigator Mody towarzyszyła Targom Tkanin, Odzieży i Dodatków, pełniąc rolę informatora i przewodnika dla handlowców.

fol. serwis prasowy MTP, Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków, wiosna 2008

## TEX-STYLE TAKŻE NOWE

# W KRAINIE TKANIN

**W kierunku kontraktacji rozwijają się również Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków TEX-STYLE.** Zmiana ich nazwy wprowadzona w tym roku jest pierwszym etapem zmiany formuły. Celem jest stworzenie targów na wzór salonów kontraktacyjnych, otwartych tylko dla profesjonalistów, które skupiałyby producentów i importerów tkanin i dodatków krawieckich oraz firmy konfekcyjne świadczące usługi podwykonawstwa.

Podczas marcowej edycji targi te gościły ponad 9000 zwiedzających. Szczególną uwagę, obok tkanin odzieżowych, zwracały kolekcje biżuterii, jedwabne ręcznie malowane szale i różnorodne nakrycia głowy. Prawie stu wystawców oferowało ozdoby i komponenty do produkcji odzieży.

\*\*\*

**W wiosennych salonach kontraktacji uczestniczyło blisko 4000 handlowców – ponad 50 proc. więcej niż w edycji jesiennej 2007 roku. Przyjechali z całej Europy, m.in. z Rosji, Ukrainy, Czech, Litwy, Łotwy, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii i Włoch.**

## ROZMOWA z...

Krystyną Bednarek, prezes zarządu Polskiej Izby Przemysłu Skórzanego

## Stawiamy na promocję



Fundusze unijne to gorący temat także w branży skórzanej. Polscy producenci mogą je przeznaczyć – oprócz inwestycji – również na promocję...

*To prawda. Dużą szansą jest zwłaszcza wspólna promocja całego polskiego sektora obuwicznego za granicami naszego kraju. Skorzystać może na niej cała branża. Jej zadaniem jest wypromowanie polskiego obuwia jako towaru wysokiej jakości, trwałego i o modnym wzornictwie, a także przybliżenie znajomości polskich marek. Taką właśnie kampanię prowadzi od*

*dwóch lat Izba. Promujące ją hasło „W polskich butach dookoła świata” pojawia się w mediach. Z tym hasłem wyjeżdżamy też na targi, na przykład dublińskie Futura Fair – niedawno zakończone największe targi kontraktacji w Irlandii, a niebawem na największe targi skórzane w Wielkiej Brytanii, w Birmingham.*

**W zeszłym roku Izba wystąpiła na targach w Poznaniu jako organizator wspólnego wystąpienia polskich producentów obuwia dziecięcego.**

*Taka jest rola Izby. Dbamy o pozytywny wizerunek polskich producentów obuwia i chcemy zapewnić im wiedzę ułatwiającą prowadzenie działalności handlowej i działań marketingowych. Targi to też doskonałe miejsce do promocji naszej kampanii. Prezentowana rok temu w Poznaniu akcja „Zdrowa Stopa Waszego Dziecka” była właśnie jej częścią. Nasz pierwszorzędny cel to zwiększenie konkurencyjności polskich przedsiębiorstw, a targi dają wiele możliwości jego realizacji.* (dk)



fol. serwis prasowy MTP, NEXT SEASON, wiosna 2008

## TARGI OBUWIA, SKÓR I GALANTERII

# PRZEMYSŁ SKÓRZANY PROPONUJE

**Tak jak buty, pasek czy torebka są dopełnieniem stroju każdej kobiety, tak propozycje handlowe Targów Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych dopełniają wiosenne i jesienne poznańskie targi mody.** Oczywiście oferta tych targów jest znacznie szersza, obejmuje bowiem obok butów, także galanterię, odzież skórzaną, skóry, komponenty oraz akcesoria kaletnicze i obuwnicze, maszyny i urządzenia dla branży obuwniczo-skórzanej.

Marcowe targi pozwoliły handlowcom, hurtownikom, przedstawicielom sklepów i butików wybierać spośród kolekcji 400 marek oferowanych przez wystawców z 17 państw, m.in. z Polski, Niemiec, Indii, Turcji, Holandii, Portugalii, Hiszpanii Czech, Słowacji, Francji, Włoch, Pakistanu, Indonezji, Ukrainy i Węgier

### SETKI SPOTKAŃ, UDANE ROZMOWY

Targi są nie tylko płaszczyzną kontaktów handlowych, lecz także miejscem spotkań

branży. Przy ich organizacji nie mały udział mają stowarzyszenia, na przykład Polska Izba Branży Skórzanej w Radomiu czy Polska Izba Przemysłu Skórzanego. Organizowane są szkolenia, wykłady i seminaria. – *Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych w Poznaniu to świetna okazja, aby spotkać praktycznie wszystkich z branży obuwniczej. Nawet jeśli jakaś firma nie wystawia się, to na pewno przyjeżdża do Poznania, aby odwiedzić innych. Możliwość spotkania w jednym miejscu wszystkich liczących się w branży w Poznaniu możliwa jest tylko dwa razy w roku. Okazji takiej nie można przegapić! Trzy targowe dni to mnóstwo kontaktów, setki spotkań, dziesiątki pomyslnie załatwionych spraw. Mieliśmy okazję gościć wielu naszych klientów, także tych potencjalnych z kraju i zagranicą – powiedział nam pan Tomasz Brymora, właściciel firmy Kacper. Kontakty targowe są bardzo cenne, a wobec spadku wartości dolara i szokująco niskich cen chińskiego obuwia, częste i bliskie kontakty z docelowymi odbiorcami krajowymi i zagranicznymi nabierają szczególnego znaczenia.* ■

Odrębny, specjalnie zaaranżowany pawilon, komfortowe warunki do rozmów i spotkań handlowych, profesjonalne zaplecze do pokazów kolekcji, a przede wszystkim nowoczesny system rejestracji uczestników, dzięki któremu wystawcy otrzymują bazę danych wszystkich zarejestrowanych handlowców – to atuty NEXT SEASON.



fol. serwis prasowy MTP, NEXT SEASON, wiosna 2008

## Targi sprzyjają rozmowom

**Kazimierz Klepaczewski**  
prezydent Polskiej Izby Branży Skórzanej



*Polska Izba Branży Skórzanej związana jest z poznańskimi targami od lat. Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych tworzą doskonałą okazję do promocji naszej branży na arenie międzynarodowej, dlatego zawsze staramy się w nich uczestniczyć aktywnie. Są na nich obecni wszyscy ważniejsi*

*przedstawiciele branży, dlatego to dobre miejsce do spotkań i omówienia istotnych zagadnień oraz problemów, z którymi się zmagamy. A jest ich nie mało, gdyż wejście Polski do strefy Schengen i związane z tym utrudnienia wizowe dla naszych wschodnich sąsiadów, a także niski kurs dolara powodują, że sytuacja wielu polskich firm jest ostatnio trudna. Traktując targi jako platformę wymiany doświadczeń i opinii, nasza izba co roku tradycyjnie pierwszego dnia organizuje spotkanie branżowe. Poza firmami z sektora skózanego zapraszamy na nie również przedstawicieli administracji państwowej i decydentów. Szkoda, że pracownicy ministerstwa gospodarki nie w pełni wykorzystują okazję, jaką dają targowe spotkania, by usłyszeć głosy opinii, a także zobaczyć potencjał branży skórzanej prezentowany na targach.*



Фот. Пресс-сервис МТР, ярмарка обуви и кожи, весна 2008

**Największe w kraju targi branży skórzano-obuwniczej – to doskonała okazja do zapoznania się z rynkową ofertą i nawiązania nowych kontaktów handlowych.**

## INTERMASZ

## MASZYNY PRZEMYSŁOWE

**Nowe trendy w modzie, nowe materiały oraz specjalizacja w produkcji wymuszają na właścicielach firm produkujących odzież poszukiwanie nowych rozwiązań technologicznych.** Okazją do znalezienia takich nowych rozwiązań technicznych i do modernizacji parku maszynowego jest Międzynarodowy Salon Maszyn Włókienniczych, Odzieżowych i Obuwniczych INTERMASZ. Odbyna się on w cyklu dwuletnim. Jest świetnym miejscem do promocji nowości i platformą komunikacji, która dostarcza informacji na temat nowych technologii. Prezentacja targowa daje szansę na wzbudzenie zainteresowania ofertą handlową i możliwość wszechstronnego dotarcia do potencjalnych klientów. W marcowych targach wzięło udział blisko 100 wystawców – producentów i dystrybutorów z Włoch, Niemiec, Holandii, Czech, Chin, Tajwanu oraz Polski. Wśród zaprezentowanych przez nich premier rynkowych znalazły się m.in. wielokolorowa drukarka do tkanin oraz laser do grawerowania i cięcia skóry, denimu i innego rodzaju tekstyliów. Prawdziwą rewolucją był jednak system przygotowania produkcji odzieży, w którym tradycyjna digitalizacja została zastąpiona wykonaniem zdjęcia cyfrowego. Jakie nowości przygotowują producenci maszyn w kolejnej edycji targów INTERMASZ, zobaczymy w 2010 roku. ■



fot. serwis prasowy MTP, Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków, wiosna 2008

## WARTO WIEDZIEĆ WIĘCEJ

Producenci, handlowcy, projektanci i styliści – dla tego grona przygotowany został program targowych seminariów. Mówiono na nich o innowacyjnych tekstyliach, nowoczesnych technologiach, ale i tendencjach w modzie na sezon jesień-zima 2008/09 i wiosna-lato 2009, zachowaniach konsumenckich i marketingu, po aranżację wystaw sklepowych.



fot. serwis prasowy MTP, Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków, wiosna 2008

## MARIĄŻ MARKETINGU I SZTUKI

Fotofashion.pl, czyli pierwsza w Polsce zbiorowa wystawa fotografii reklamowej mody, cieszyła oko zwiedzających marcowe targi. Stanowiła część ekspozycji Nawigator Mody. Zaprezentowano na niej 66 fotografii debiutujących i uznanych fotografików. Było to kolejne udane wydarzenie przygotowane we współpracy Międzynarodowych Targów Poznańskich oraz redakcji portalu Polskiej Mody i czasopisma Moda.com.pl

wania przez wypożyczenie, dlatego przy maszynach znajdują się specjalne opisy. Ten sposób finansowania adresujemy do firm, które chcą unowocześnić park maszynowy bez zamrażania kapitału.

**Co Państwo robią, aby nie tylko zaistnieć w świadomości potencjalnych klientów, ale aby być zapamiętanym?**

Żyjemy życiem branży odzieżowej, kreujemy je, staramy się dotrzeć do klienta różnymi drogami. Właśnie na targach INTERMASZ 2008 zainaugurowaliśmy Międzynarodowy Konkurs Fotograficzny Strima 2008. Zadanie konkursowe polega na wykonaniu pomysłowego zdjęcia, którego motywem jest nasza czapka z widocznym logo firmy. Dwa lata temu zorganizowaliśmy na targach Mistrzostwa Polski w Prasowaniu, ten pomysł będziemy kontynuować. To przykładowe działania, ale pomysłów mamy wiele i zapewne będziemy realizować je w znacznym stopniu na targach, które są naprawdę świetnym narzędziem marketingu. (dn)

## ROZMOWA z...

Pawłem Brońskim, prezesem zarządu Strima

## Na targi z pomysłem



Podczas tegorocznych targów INTERMASZ stoisko firmy Strima otrzymało prestiżową nagrodę Acanthus Aureus – przyznawaną przez Międzynarodowe Targi Poznańskie ekspozycjom targowym, których projekt i przygotowanie najlepiej przyczynia się do realizacji strategii marketingowej

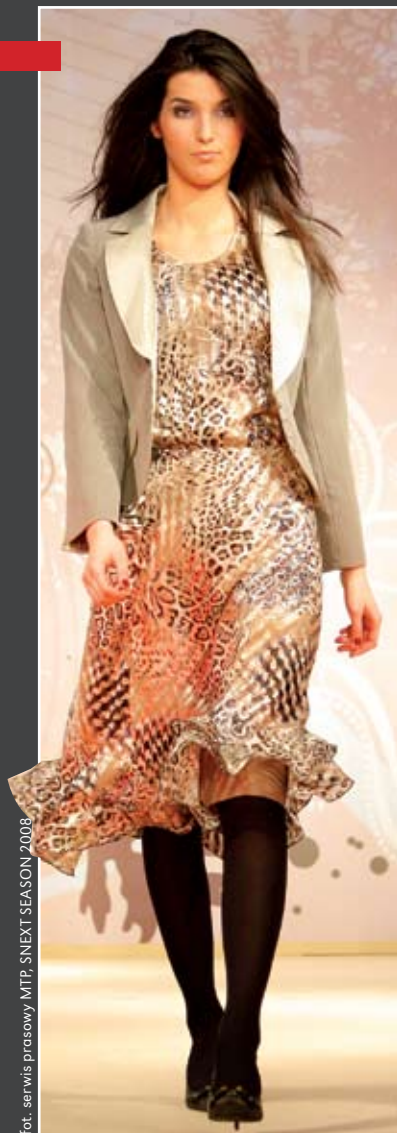
firmy. Gratulujemy!

Jesteśmy dumni z tej nagrody, rzeczywiście aranżacja naszego stoiska w pełni wpisuje się w program marketingowy firmy. Jego otwartość, czytelność prezentowanej oferty, łatwość dostępu do wszelkich informacji to podstawa naszej polityki marketingowej. Stoisko targowe jest narzędziem służącym osiągnięciu założonych celów, jest dźwignią sukcesu handlowego.

Rzeczywiście, stoisko zaprasza do odwiedzin swoją formą architektoniczną, ale również wiele się na nim dzieje.

Dajemy naszym gościom możliwość samodzielnego przetestowania każdej maszyny i każdego urządzenia. Pokazujemy maszyny podczas pracy. Na życzenie odwiedzających nowoczesne urządzenie do laserowego grawerowania i wycinania tkanin, tworzyw i innych materiałów w kilka sekund graweruje, ozdabia i wycina dowolne motywy na jeansach, ubraniach itp. Urządzenie Dairo do automatycznego mocowania dżetów, cekinów i perełek zdobi czapeczki firmowe, które okazują się wspaniałym gadżetem. Nasi specjaliści odpowiadają na pytania, wyjaśniają wątpliwości i pomagają w podejmowaniu decyzji. W prezentacji maszyn i urządzeń pomagają nam uczniowie poznańskiego Technikum Odzieżowego im. Władysława Reymonta. Nasza ekspozycja ma za zadanie nie tylko prezentację oferty handlowej i zwrócenie uwagi na premierowe produkty, ale również na nową koncepcję finanso-

# TARGI W OBIEKTYWIE



fot. serwis prasowy MTP, S NEXT SEASON 2008



Podczas Next Season doskonałym wsparciem dla rozmów handlowych były codzienne pokazy mody.



W opiniach odwiedzających i wystawców Salon SPECIAL DAYS jest doskonałym miejscem dla spotkań branży ślubnej, a kontraktacyjna formuła targów wypełnia niszę w handlu modą okazjonalną.

fot. serwis prasowy MTP, SPECIAL DAYS 2008



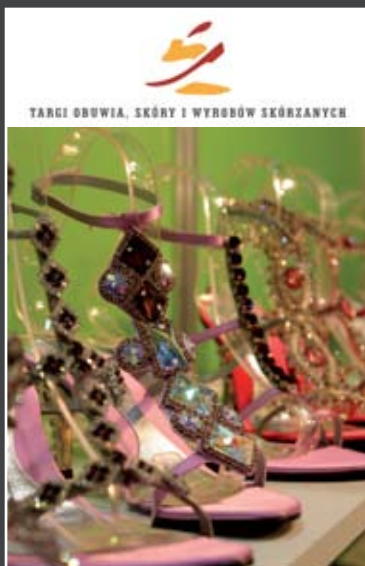
fot. serwis prasowy MTP, BODY STYLE 2008



fot. serwis prasowy MTP, TEX STYLE 2008

Przez trzy targowe dni handlowcy zapoznali się z kolekcjami 50 marek bielizny i strojów plażowych

W ramach projektu Future przygotowanego przez Ilońę Kanclerz zaaranżowana została wystawa debiutujących designerów, której towarzyszyły codzienne pokazy mody. Ideą projektu była promocja młodych, zdolnych projektantów, dopiero rozpoczynających swoją przygodę w świecie mody.



fot. serwis prasowy MTP, Targi Obuwia, Skóry i Wyróbów Skórzanych, wiosna 2008

400 marek obuwia damskiego, męskiego, młodzieżowego i dziecięcego, odzieży skórzanej, galanterii skórzanej, torebek na sezon jesień-zima 2008/09 obejrzelni targowi goście.



fot. serwis prasowy MTP, INTERMASZ 2008



INTERMASZ to niepowtarzalna okazja przyjrzenia się z bliska nowym technologiom włókienniczym, odzieżowym i obuwniczym.

# Dać się poznać, dać się zapamiętać

Targi trwają kilka dni, przygotowania do nich często są wielomiesięczną pracą. Tak zgodnie deklarują doświadczeni wystawcy. Niemało jest czynników warunkujących powodzenie targowego wystąpienia. Jeden przewija się jednak zawsze, i to niezależnie od celów, jakie stawia przed sobą wystawca: targowe wystąpienie firmy nie może pozostać niezauważone.



fol. serwis prasowy MTP, Polagra-PREMIERY 2008

Pobyty na targach ma zaowocować nawiązaniem kontaktów z potencjalnymi partnerami biznesowymi – tym wskaźnikiem wyznacza się w największej mierze targowy sukces. Jak do nich trafić?

## Zapraszamy...

Przed wszystkim pamiętać o tych, których już znamy. Przesłanie zaproszeń do odwiedzin stoiska, e-mailowy kontakt, ustalenie kalendarza rozmów – tych kroków nie można pominąć. Jak wynika z badań Polskiej Izby Przemysłu Targowego, zdecydowana większość zwiedzających targi profesjonalistów ma bardzo dokładnie zaplanowany terminarz pobytu na nich. Według danych Centrum Ekspertyz Targowych Akademii Ekonomicznej w Poznaniu odsetek ten wśród profesjonalnych zwiedzających sięga 93 proc.!

Według 70 proc. firm badanych przez niemiecki EMNID Instytut targi dają doskonałą szansę na

**50%** kontraktów pozyskanych na targach nie wymaga zaangażowania działu sprzedaży firmy do sfinalizowania transakcji



fol. serwis prasowy MTP, NEXT SEASON, wiosna 2008

odnowienie kontaktów z byłymi klientami. Spotkanie na targach nierzadko skutkuje bowiem ponownym nawiązaniem współpracy.



*Szczęśliwego znaczenia nabiera to w okresie dekonjunkcji w danej branży, wtedy właśnie przychodzi czas inwestycji w zdobywanie klientów – radzi Romuald Kupisz, projekt manager firmy H+H. – Przed ostatnią edycją BUDMY, jak przed każdą poprzednią, wysłaliśmy zaproszenia do współpracujących z nami fachowców: projektantów, architektów, wykonawców. Zapraszając do odwiedzin na stoisku warto zawsze wspomnieć, jakiego rodzaju ciekawostki czekają na naszych gości. Nowości w ofercie to doskonały magnes.*

## Nowości i nowinki

Warto dać o nich znać nie tylko współpracującym z firmą przedsiębiorcom. Według badań Centrex – Center for Exhibition Industry Research 50 proc. zwiedzających targi chce na nich przede wszystkim zapoznać się z nowościami na rynku. Co więcej, 46 proc. właśnie na targach podejmuje decyzje dotyczące zakupów. Targi MTP dają bardzo szerokie możliwości dotarcia z informacją o nowych produktach do naprawdę szerokiego grona ich potencjalnych nabywców.

Po pierwsze – tysiące zwiedzających. Jeszcze przed rozpoczęciem samej imprezy do zarejestrowanych w bazach danych MTP profesjonalistów dociera wydanie przewodnika po nowościach, prezentującego produktowe nowinki przygotowane przez wystawców. Ma on postać folderu, mailingu,

niekiedy organizatorzy targów proponują jeszcze inne rozwiązania: – *Wielu wystawców wybrało właśnie nasze targi na miejsce prezentacji swoich nowych produktów. To dowód uznania, który bardzo nas cieszy – mówi Dariusz Muslewski, dyrektor Polagra-Premiery. – Mam nadzieję, że kampania promocyjna, którą zapewniamy targowym premierom, spotka się z ich uznaniem.*



*Siedem naszych nowych produktów pokazaliśmy na łamach Rolniczych Aktualności Targowych. Pomysł wydawania przez organizatora targów własnego czasopisma spodobał nam się, bo dociera ono bezpośrednio do grona profesjonalistów, na których nam zależy – deklaruje Artur Szymczak, dyrektor zarządzający KUHNS-Maszyny Rolnicze. Wydanie przedtargowe już na kilka tygodni przed rozpoczęciem imprezy daje przedsmak przygotowywanych wydarzeń, rozeznanie w ofercie, która będzie prezentowana, a tym samym ułatwia zwiedzającym zaplanowanie sobie pobytu na targach. Wystawcy prezentujące nowinki ofertowe mogą skorzystać także ze specjalnego oznakowania „Nowość”, dostarczanego przez organizatorów. Charakterystyczne logo przyciąga wzrok i uwagę zwiedzających ekspozycję.*

## Stoisko, które żyje

W gronie zwiedzających targi na pewno pojawią się osoby nie znające firmy. Co zrobić, by jednak przeszły do jej stoiska? Co sprawi, że zatrzymają się przy nim na dłużej? Pomysłów jest wiele, od pokazów technologii i mini-seminariów, trafiających do klientów profesjonalnych, przez muzyczne show czy obec-



fol. serwis prasowy MTP, Targi Edukacyjne 2008

**82%** zwiedzających przyjeżdża na targi w poszukiwaniu nowości

ność na stoisku celebrities, przyciągających raczej użytkowników końcowych, aż po takie nowinki, jak Bluetooth Marketing, czyli docieranie z multimedialnym przekazem do telefonów komórkowych znajdujących się w bezpośrednim sąsiedztwie stoiska.

Według ankiet przeprowadzonych przez portal Stoisko.pl najsukutekniej do odwiedzenia stoiska nieznanej firmy przekonuje targowych gości multimedialny pokaz prezentujący produkty wystawy.



*Jako hit naszego targowego wystąpienia na targach BUDMA zaplanowaliśmy tegoroczną nowość w ofercie: okna Perfect i Perfect+, z nowatorskim systemem okuć i zewnętrzna szybą samoczyszczącą. Przewidzieliśmy też dla niego odpowiednio ciekawą oprawę, pozwalającą uanoocnić klientom jego najważniejsze zalety – opowiada Marcin Łosiowski, dyrektor ds. sprzedaży firmy OKPOL. – Przez*

*cały czas trwania targów na wysoko zawieszonym ekranie obejrzeć można było techniczną prezentację tego modelu okna, a także pokaz jego fachowego montażu. Pokazy te prowadził również na żywo nasz przeszkolony serwisant. Pomysł okazał się strzałem w dziesiątkę. Sprawdził się też doskonale, kiedy okazało się, że nasze okno wyróżnione zostało Złotym Medalem MTP i na stoisku pojawili się goście zainteresowani konkretnym nagrodzonym produktem.*

Każdy z wystawców dba o to, aby co roku pokazać się z jak najlepszej strony, szczególnie jeśli firma pojawia się tam od kilkunastu lat.



*Stoisko jest wizytówką firmy, co do tego nie mamy najmniejszych wątpliwości. Zwiedzający zapamiętują firmę tak, jak ją zobaczyli na targach. Dlatego dużą wagę przywiązujemy do aranżacji przestrzeni naszej ekspozycji. Pracę nad projektem architektonicznym zaczynamy z dużym wyprzedzeniem. W tym roku wystrój stoiska planowaliśmy w 100 proc. pod kątem nowego wizerunku i nazwy firmy. Sądząc po ruchu na tegorocznej BUDMIE, wieści o zjednoczeniu pod marką Monier marek produktowych Braas i Rupp-Ceramika zatoczą szerokie kregi – mówi Grzegorz Barycki, dyrektor marketingu firmy Monier – laureatki nagrody Acanthus Aureus 2008.*

## Na łamach prasy

Co roku w targowym centrum prasowym akredytuje się około 4500 dziennikarzy – każda impreza relacjonowana jest przez kilkadziesiąt do kilkuset redakcji: programy telewizyjne, radio, prasę branżową i codzienną. To potencjał, o którym nie można zapomnieć.

**60%** przedsiębiorców jest zdania, że obecność firmy na targach świadczy o jej obecności i pozycji na rynku



*Na BUDMIE pojawiliśmy się z naszą najmłodszą marką: Forum Seating – mówi Maja Karwacka z departamentu public relations Nowy Styl Group. – Oferta Forum Seating to także siedziska dla obiektów sportowych. Świetnie*

*wpisały się w specjalistyczną ekspozycję, jaką jest Centrum Budownictwa Sportowego. Służą już w wielu obiektach w Europie, chcemy zapewnić im doskonałą promocję także w Polsce. Na targach staramy się korzystać ze wszystkich szans dotarcia nie tylko do potencjalnych klientów, ale także mediów. Pakiet informacji dotyczących firmy i jej oferty zamieściliśmy na przykład na stronie internetowej targów, w dziale informacji prasowych. Nasze materiały trafiły też na ekspozytory w targowym Centrum Prasowym. Na tak istotnych dla branży targach jak BUDMA wychodzenie dziennikarzom naprzeciw z informacją jest szczególnie ważne. ■*



fol. serwis prasowy MTP, NA RYBY 2008

**80%** wystawców wykorzystuje targi do promocji wprowadzanych na rynek produktów



## GRUDNIOWY POZNAŃ klimatyczną stolicą świata

*Rok 2008 w Poznaniu został ogłoszony Rokiem Klimatu i Środowiska. Grudniowa Konferencja Stron Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu odbywająca się na terenach MTP będzie jego końcowym akordem.*

Być może właśnie w Poznaniu zapadną uzgodnienia pozwalające na stworzenie traktatu, który otworzy drogę do realnej walki z globalnym ociepleniem, tzw. post Kioto – porozumienia, które zastąpi Protokół z Kioto. Pierwsze przymiarki do stworzenia tego dokumentu poczyniono podczas ubiegłorocznej Konferencji Klimatycznej na Bali.

– Poznań będzie punktem krytycznym, jeśli chodzi o osiągnięcie wspólnego porozumienia co do znaczenia instrumentów technicznych i finansowych niezbędnych do podjęcia efektywnych działań powstrzymujących globalne ocieplenie – potwierdza sekretarz wykonawczy Sekretariatu Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu Yvo de Boer. Na Bali państwa ONZ stworzyły plan działań mający doprowadzić do traktatu ograniczającego emisję CO<sub>2</sub> do atmosfery. Co ważne, podpisały się pod nim zarówno Indie, jak i Chiny.

Swoje zaangażowanie w organizację konferencji zadeklarował niedawno Al Gore, były wiceprezydent USA, laureat Pokojowej Nagrody Nobla za walkę z globalnymi zmianami klimatycznymi. USA są dziś jedynym państwem, które nie ratyfikowało protokołu z Kioto. Konieczność walki z rosnącą emisją CO<sub>2</sub> jest jednak często powracającym motywem w toczącej się właśnie w Ameryce kampanii prezydenckiej. ■



## House & chillout Lech Party Inspirations w MTP



foto: serwis prasowy Lech Party Inspirations 2.0

**Widowisko operowe Rogera Watersa *Ça Ira* i ubiegłoroczny koncert Sinead O'Connor na targowym placu Św. Marka odkryły zupełnie nową twarz tego miejsca. Pokoncertowe recenzje prasowe określały je wówczas zdecydowanie mianem „objawienia wieczoru”.**

Teraz tereny MTP opanowała muzyka klubowa. 18 kwietnia tłumy miłośników klubowych brzmień zebrały się na drugiej edycji Lech Party Inspirations. Ta impreza to nie tylko muzyka, ale i spektakularne pokazy audiowizualne. W tym roku organizatorzy nadali imprezie podwójny klimat – ruchliwych ulic wielkich aglomeracji i udergroundowych klubów. Największą atrakcją wieczoru Lech Party Inspirations był występ gwiazdy nowojorskich klubów Princess Superstar i Mr. Oizo – autora kultowego „Fleat Beat”. ■

## LIDERZY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI kolejny raz nagrodzeni

*Międzynarodowe Targi Poznańskie aktywnie włączają się w promocję najbardziej przedsiębiorczych firm na różnych polach. Jednym z nich jest konkurs o miano „Poznańskiego Lidera Przedsiębiorczości”.*

Zorganizowany po raz pierwszy w 2003 roku, przez starostę poznańskiego i prezydenta miasta Poznania, ma on za zadanie wyróżniać i promować najlepszych przedsiębiorców poznańskich z sektora MŚP – firmy, których działalność i osiągnięcia mogą stanowić wzór do naśladowania i zachętę dla innych. Niedawne ogólnopolskie badania wykazały, że jedną z najważniejszych barier w rozwoju małych, średnich i mikroprzedsiębiorstw jest brak skutecznej promocji. Udział tych firm w targach, wystawach i misjach gospodarczych, służących nawiązywaniu i rozwijaniu kontaktów handlowych, jest jedną z nagród w konkursie, współfundowanym przez MTP. Nagrodzeni otrzymują także kampanię promocyjną w telewizji WTK.

Podczas ostatniej edycji do udziału w rywalizacji konkursowej zaproszone zostały także firmy akademickie działające na terenie aglomeracji poznańskiej. Laureaci otrzymali dyplomy i statuetki podczas gali w Starostwie Powiatowym w Poznaniu z rąk przewodniczącego Kapituły V edycji konkursu Jana Grabkowskiego, starosty poznańskiego, Tomasza Kaysera – zastępcy prezydenta miasta Poznania oraz Piotra Florka – wojewody wielkopolskiego.

Nagrodzeni zostali: „Mikroprzedsiębiorca” – Pracownia Witraży Adam Marian Gotembowski, Prog-Pol s.c. Artur Szewczyk i Tomasz Kujatowicz; „Mały przedsiębiorca” – FRESH Agencja Reklamowa Sp. z o.o., R&C Union SA, AM Trans Progres Sp. z o.o.; „Średni przedsiębiorca” – Przedsiębiorstwo Inżynieryjne TRUST Sp. z o.o., SEMAX SA, ZETO SA. Certyfikat „Poznański Lider Przedsiębiorczości Akademickiej” otrzymali: EMPEKO Michał Przybycin, Fito-Pryzma Hanna Kęsicka, Izabela Kęsicka. Wyróżnienia zaś zdobyli: „Mały przedsiębiorca” – D. Bońkowski i Spółka, SK, LUMO Technika Grzewcza Sp. z o.o.; „Średni przedsiębiorca” – Petro-Oil Wielkopolskie Centrum Sprzedaży Sp. z o.o. i PRO-MAR SA. ■



fot. serwis prasowy MTP, PGA 2007

## ESWC 2008 Poland już w maju!

*Electronic Sports World Cup 2008 Poland, czyli turniej wyłaniający reprezentantów Polski na rozgrywki finału światowego w USA, odbędzie się w tym roku po raz trzeci.*

Laureaci ubiegłorocznych rozegranych w Poznaniu eliminacji sięgnęli po aż dwa mistrzowskie tytuły w finałach światowych! Szczęśliwą dyscypliną dla polskich graczy okazał się w 2007 roku drużynowy Counter-Strike 1.6 oraz indywidualny Quake 4.

W tym roku zmagania eliminacji mistrzowskich, czyli turniejów głównych, obejmą następujące rozgrywki: Counter Strike 1.6 – 2 sloty, Quake 3 – 2 sloty, Warcraft 3: The Frozen Throne – 1 slot, Trackmania Nations – 2 sloty. Do dyspozycji graczy oddany zostanie 10 tys. m kw. w najnowszej hali MTP.

ESWC Poland to po listopadowej Poznań Game Arena największa impreza dla miłośników gier elektronicznych w Polsce. W majowy weekend tysiące z nich będą miały okazję nie tylko obserwować zmagania najlepszych polskich graczy walczących w eliminacjach finałów światowych, ale także wziąć udział w niezliczonych turniejach i konkursach. W strefie freeplayowej zlokalizowanych zostanie 300 stanowisk, a na nich wypróbować będzie można najlepsze gry czołowych polskich dystrybutorów, w tym wiele rynkowych nowinek. Nie mniejszą atrakcją będzie możliwość przetestowania nowości sprzętowych na stoiskach wystawców. ■

## Z MTP NA RYNEK UKRAIŃSKI BUDOWNICTWO I ARCHITEKTURA 2008

*Renomowane targi odbywające się na rynkach zagranicznych najbardziej obiecujących dla danej branży, rekomendowane przez polskie firmy już w danym kraju obecne – również taką propozycję można odnaleźć w ofercie MTP.*

Organizacja ekspozycji targowych polskich firm na targach za granicą uzupełnia program Międzynarodowych Targów Poznańskich od kilku lat. Z roku na rok poszerzana jest o nowe pozycje, a zainteresowanie wyjazdami za granicę za pośrednictwem MTP rośnie. Niemalym sukcesem polskich przedsiębiorców okazała

się ostatnia edycja kijowskiego Międzynarodowego Salonu Budownictwa – Budownictwo i Architektura 2008.

To najważniejsze targi branży budowlanej na rynku ukraińskim, co roku gromadzą około 1000 wystawców, zajmując kilkadziesiąt tysięcy metrów kwadratowych, przyciągają pięćdziesiąt tysięcy publiczności. MTP zorganizowały udział w edycji wiosennej 30 polskich firm, wśród nich znalazły się Cersanit, Opoczno, Vox Profile, Barlinek, Porta, Pol-Skone, Fakro. Stoiska polskich firm zajęły niemal 1000 m kw. ■



fot. serwis prasowy MTP, Budownictwo i Architektura 2008



## MTP symbolem Poznania

*Z czym kojarzy się Poznań mieszkańcom innych polskich miast? Rynek? Ratusz? Może poznańskie koziołki? Tak, jednak niekwestionowanym liderem w tym swoistym rankingu są Międzynarodowe Targi Poznańskie!*

Sondaż taki przeprowadzony został na zlecenie redakcji „Głosu Wielkopolskiego” przez firmę Pactor Call Centre wśród mieszkańców Warszawy, Krakowa, Wrocławia i Białegostoku. Targi były jednym z najczęściej przywoływanych skojarzeń. MTP jako symbol Poznania wymieniło aż 41 proc. warszawiaków, przy czym większość z nich na pierwszym miejscu, przed poznańskimi koziołkami. Według krakowiaków Poznań to głównie miasto koziołków, targi plasują się na drugim miejscu, ale aż 25 proc. krakowiaków bezbłędnie kojarzy je z Poznaniem. ■

## WEHIKUŁ CZASU

**Wędrowki z dinozaurami i tajemnice starożytnego Egiptu, lekcje historii i prehistorii, fakty i legendy przeszłości, wyprawa w świat przygód i wyobraźni – a wszystko to na terenie MTP. Wehikuł czasu ruszył na początku marca. W jednym z pawilonów targowych zostały otwarte dwie niezwykle wystawy.**

„Wędrowki z dinozaurami” – to największe takie przedsięwzięcie w Polsce: świata sprzed ćwierć miliarda lat można tu niemal dotknąć, jest on bowiem jak na wyciągnięcie ręki. Tak wielu modeli naturalnej wielkości, w tym ruchomych, nie można obejrzeć nigdzie indziej w kraju. Na najmłodszych czekają warsztaty na stanowisku paleontologicznym. „Kłątwa faraonów” – to również jedyna taka wystawa w Polsce. Obejrzeć na niej można repliki ponad dwustu najbardziej znanych eksponatów pochodzących z czasów starożytnego Egiptu. Dla poszukiwaczy przygód największą atrakcją jest przeklęty grobowiec – mieszczący repliki legendarnych miejsc pochówku egipskich władców i interaktywny happening „Indiana Jones i kłątwa faraonów”. Bogatą część dydaktyczną obu tych wydarzeń – pokazy multimedialne, i interaktywne prezentacje – przygotowali wybitni polscy naukowcy. ■



fot. Piotr Goccol



# Bilans na plus

**2007 rok był dla polskiej gospodarki zdecydowanie korzystny. Jak podaje Główny Urząd Statystyczny, wyniki finansowe i podstawowe wskaźniki ekonomiczne przedsiębiorstw kształtowały się korzystniej niż przed rokiem.**

**P**rzychody z całokształtu działalności rosły szybciej niż koszty ich uzyskania. Zwiększyły się przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów, najbardziej w budownictwie (o 30,0%), ochronie zdrowia (o 25,6%), obsłudze nieruchomości i firm (o 23,4%), pozostałej działalności usługowej (o 21,9%), handlu i naprawach (o 15,8%) oraz przetwórstwie przemysłowym (o 15,0%). Spośród badanych przedsiębiorstw 50,6% wykazało sprzedaż na eksport (wobec 50,4% przed rokiem). Udział sprzedaży na eksport w przychodach netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów ogółu badanych podmiotów zwiększył się z 20,2% do 20,5%. Spośród jednostek eksportujących zysk netto wykazało 83,2% przedsiębiorstw wobec 81,6% przed rokiem. ■

## Inwestorzy mogą liczyć na wsparcie



**Andrzej Arendarski**  
prezes Krajowej Izby Gospodarczej, wiceprezes Eurochambres

*Polska wciąż jest krajem przyciągającym uwagę zagranicznych inwestorów i nie bez powodu określana jest regionalnym liderem w tej dziedzinie. Potwierdzeniem mocnej pozycji Polski na liście najdogodniejszych krajów do lokalizacji inwestycji są informacje Narodowego Banku Polskiego, z których wynika, że w 2007 roku do Polski napłynęło prawie 12 mld euro bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Dane NBP*

*pokazują również, że inwestorzy, którzy zdecydowali się ulokować w Polsce działalność coraz chętniej reinwestują tutaj swoje zyski. To dowód, że Polska w oczach zagranicznego biznesu coraz bardziej zyskuje na wiarygodności. Do większego zaufania ze strony inwestorów przyczynia się z pewnością wysoki, ponad 6 proc. wzrost gospodarczy, utrzymująca się od kilku lat wysoka dynamika eksportu, wykształcona kadra oraz system ulg dla firm, które inwestują w Polsce. Korzystne warunki makroekonomiczne to jednak nie wszystko, czego oczekują potencjalni inwestorzy. Dlatego w Polsce nie ustają działania na rzecz podnoszenia jej atrakcyjności w oczach światowego biznesu. Plany reformy prawa dla przedsiębiorców, mające na celu ułatwienie prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, oraz deklarowana przez rząd proinwestycyjna polityka pozwalają przypuszczać, że już wkrótce obok dobrych wskaźników makroekonomicznych Polska będzie mogła pochwalić się jednymi z najkorzystniejszych w Europie warunkami do prowadzenia biznesu. Działania w tym zakresie podejmuje nie tylko administracja rządowa. Także Krajowa Izba Gospodarcza, największa niezależna instytucja samorządu gospodarczego w Polsce, za jeden ze swoich najważniejszych celów uważa budowanie odpowiedniego klimatu inwestycyjnego oraz promocję Polski jako idealnego miejsca do lokowania kapitału. Zagraniczni inwestorzy zawsze mogą liczyć na nasze wsparcie.*

### MARKA CORAZ BARDZIEJ DOCENIANA

Polacy stają się coraz bardziej atrakcyjną grupą odbiorców dla producentów odzieży. Kupujemy częściej niż w roku ubiegłym zarówno ubrania dla mężczyzn i kobiet, jak również bieliznę i obuwie. Jedna trzecia Polaków kupowała ubrania mniej więcej raz na miesiąc. Dużą grupę (27%) stanowiły również osoby, które zakupu ubrań dokonywały kilka razy w miesiącu. 61% dorosłych Polaków jest zadowolonych z oferty odzieży i obuwia w sklepach. Elementami ubioru kupowanymi najczęściej zarówno przez kobiety, jak i przez mężczyzn są spodnie.

## Budownictwo ma się dobrze

**W ciągu ostatniego roku sytuacja w branży budowlanej dawała przedsiębiorcom wyraźne powody do zadowolenia.**

Niemal 75% menedżerów największych polskich firm budowlanych pozytywnie ocenia perspektywy rozwoju, portfel zamówień i kondycję finansową swoich przedsiębiorstw. W 2007 r. produkcja budowlano-montażowa utrzymała wysoką dynamikę z roku poprzedniego, kiedy tempo wzrostu osiągnęło poziom 12,8%, a wartość rynku wyniosła blisko 100 mld złotych.

W raporcie „Rynek budowlany w Polsce” z października 2007 r. analitycy ING prognozują wzrost produkcji budowlano-montażowej w najbliższym okresie na poziomie dwukrotnie wyższym od wzrostu PKB, czyli w granicach 10% rocznie. Przy optymistycznym scenariuszu można oczekiwać, że w ciągu najbliższych 2-3 lat tempo wzrostu przekroczy poziom 15% rocznie. Przewiduje się, że dzięki środkom z funduszy unijnych najszybciej będzie się rozwijać budownictwo drogowe, zwłaszcza w związku z organizowaniem przez Polskę Euro 2012, jak również inwestycje związane z ochroną środowiska oraz budownictwo kolejowe. ■



foto. serwis prasowy MTP, BUDMA 2008

### INWESTORZY MÓWIĄ „TAK”

Wzrosła liczba inwestorów, którzy ponownie zdecydowali się rozpocząć działalność w Polsce – w porównaniu z 2006 rokiem o ponad 15%. Jednocześnie 76% inwestorów jest przekonanych, iż dokonało właściwego wyboru, inwestując w kraju nad Wisłą. Prognozy dla inwestycji w 2008 r. także są optymistyczne.

## Rozgrzewka przed mistrzostwami

**27 mld euro – tyle według agencji ratingowej Fitch mają kosztować Polskę inwestycje przed Euro 2012.**

W najbliższych latach Polska zmieni się w plac budowy. Najwięcej, bo ok. 120 mld zł, pochłonią inwestycje drogowe. W infrastrukturę kolejową zainwestowanych zostanie ok. 33 mld zł (łącznie ze środkami prywatnymi). Na modernizację sześciu portów lotniczych wydane zostanie około 2 mld zł. Większość inwestycji była planowana jeszcze przed decyzją o organizacji przez Polskę Euro 2012. Niektóre projekty zyskały jednak teraz status priorytetowych: ich wartość to 22 mld zł. Dodatkowe konieczne inwestycje infrastrukturalne będą kosztować 14,6 mld zł. W sumie do 2012 roku ma powstać ok. 2100 km dróg ekspresowych i ok. 900 km autostrad. W infrastrukturę zainwestuje również Telekomunikacja Polska – nawet 2 mld zł. Ogromne inwestycje czekają polskie hotelarstwo. Według prognoz Instytutu Turystyki inwestorzy wydadzą w latach 2007-2012 na budowę hoteli ok. 4,7 mld zł, o 0,2 mld zł więcej niż we wcześniejszych pięciu latach. ■



fot. serwis prasowy MTP. NEXT SEASON, wiosna 2008

### HOSSA NA RYNKU ODZIEŻOWYM

Według International Service Check polski rynek odzieżowy należy do najatrakcyjniejszych w Europie Środkowo-Wschodniej. Jego wartość eksperci szacują na ok. 15 mld złotych, a tempo rozwoju na 8-10 proc. rocznie. Rośnie sprzedaż markowych, stosunkowo drogiej towarów. Firmy, które zainwestowały w jakość i elegancję, notują rekordowe przychody.

## Rosną sieci franczyzowe

**Branża odzieżowa i obuwnicza jest największym segmentem rynku sieci franczyzowych i agencji-nych w Polsce pod względem liczby systemów.**

Ma wciąż duży potencjał rozwojowy i dużą dywersyfikację asortymentową, ale i coraz bardziej zaostrza się w niej walka konkurencyjna. Motorem tej rywalizacji są głównie znane zagraniczne marki, choć krajowi inwestorzy nie ustępują im pola i coraz częściej skutecznie konkurują jakością, oryginalnymi rozwiązaniami, lansując nowe trendy.

We wrześniu 2007 było w Polsce 16,3% więcej sklepów franczyzowych i agencyjnych niż w końcu 2006 r., rynek ten rozwija się więc bardzo dynamicznie. Z 3850 sklepów należących do analizowanych sieci handlowych niemal 2250 z nich prowadzili franczyzobiorcy bądź agentów. Polski rynek odzieży i obuwia wciąż przyciąga nowych inwestorów z zagranicy. W systemie partnerskim rozwija się 19 systemów zagranicznych, z różnych krajów. Największe wśród nich to Olsen i Lee Cooper. Najmłodszym zagranicznym konceptem jest Petit Patapon – z jednym tylko sklepem franczyzowym. 61 systemów partnerskich to sieci polskie; do nich należy ponad 90% wszystkich sklepów. Franczyza nie jest już więc traktowana jako nowość z zagranicy, stanowi coraz bardziej popularną strategię rozwoju firmy wśród polskich przedsiębiorców. Największą siecią polską operującą w branży obuwniczej jest CCC, a w branży odzieżowej – Big i Reporter. Najmniejsza i najmłodsza sieć odzieżowa to Boogie Nights. ■

## To był naprawdę dobry rok



### ROZMOWA z...

**Piotr Tokarski**  
dyrektorem generalnym  
ds. handlu spółek  
Grupy Paradyż

**Jak podsumowałby Pan rok 2007 w spółkach Paradyż?**

Bardzo pozytywnie. Nie tylko nasza firma, ale praktycznie wszyscy gracze na polskim rynku odnotowali dobre wyniki finansowe. Już początek roku zaskoczył nas nadspodziewanie dobrymi wynikami sprzedaży, a był to początek korzystnego trendu. Obroty w sprzedaży produktów wykończenia wnętrz wiosną i latem rosły, wyhamowując nieco w drugim półroczu.

Ważnym osiągnięciem 2007 roku było zdobycie Wielkiej Perły Ceramiki UE – za największą liczbę nominacji oraz za tytuły Perła Ceramiki UE 2006 i Perła

Ceramiki Dystrybutorów 2006, które zyskały nasze kolekcje. Rozstrzygnięcie tego konkursu na targach BUDMA 2008 okazało się ponownym triumfem wzorów ze znakiem Paradyża i przyniosło nam ponownie ten najważniejszy w świecie ceramiki laur. Takie nagrody przekładają się bezpośrednio na wymiki współpracy z naszymi dystrybutorami i na uznanie klientów, ukierunkowują także rozwój oferty produktowej. Co ważne, doceniły nas również firmy wykonawcze – otrzymaliśmy wyróżnienie w Rankingu Marek Budowlanych 2007 w kategorii płytek ceramicznych za szczególne osiągnięcia marketingowe na rynku materiałów budowlanych w 2007 r.

**W 2008 r. dobrą koniunkturę w budownictwie, którą dodatkowo powinny napędzać inwestycje związane z Euro 2012. Jest to z pewnością zapowiedź dalszego rozwoju firmy?**

Na pewno tak, i te perspektywy cieszą. Jako Grupa Paradyż konsekwentnie realizujemy założenia przyjętej

strategii rozwoju. W 2008 r. zakończymy inwestycje związane z rozbudową linii produkcyjnych w trzech naszych zakładach w Tomaszowie Mazowieckim i wówczas zdolności produkcyjne wzrosną o ok. 18%. Będziemy więc gotowi do realizowania większych zamówień, oczywiście nie tylko w kraju.

**W Polsce mamy wielu producentów płytek i doskonały dostęp do produktów zagranicznych. Czy na rynku jest miejsce dla wszystkich?**

Moce produkcyjne czołowych polskich producentów przekraczają krajowy popyt. Naturalną konsekwencją jest więc zwiększenie obszaru walki o klienta z rynku polskiego na znacznie bardziej wymagający, ale jednocześnie stwarzający większe możliwości rozwoju rynek europejski. W zasięgu polskich producentów są przede wszystkim rynki naszych najbliższych sąsiadów, gdzie w budownictwie utrzymuje się dobra koniunktura. Wydaje się również, że pomimo obecności na polskim rynku taniach produktach chińskich pozycja polskich producentów jest niezagrażona. Dynamicznie rośnie liczba klientów, dla których bardzo dobra jakość polskich płytek i wzornictwo na światowym poziomie są ważniejsze niż cena.

# Wszystkie drogi prowadzą do... Zamku

Dawny Zamek Cesarski, znak mający przypieczętować obecność i panowanie na Wschodzie „wskrzeszono” w 1871 roku Cesarstwa Niemieckiego, dziś także jest rozpoznawalnym symbolem, jednak nie historycznym. Sale Centrum Kultury „Zamek” przez cały rok tętnią życiem, a dla miłośników sztuki nowoczesnej budynek ten zajmuje centralne miejsce na kulturalnej mapie miasta – i nie tylko.

## DAWNIEJ...

O wzniesieniu w Poznaniu cesarskiej rezydencji zdecydował sam cesarz Wilhelm II i to on osobiście ustalił szczegółowy plan swojej nowej rezydencji. Zbudowano ją z wielkim rozmachem, przy wykorzystaniu najnowszych osiągnięć techniki, nakładem ogromnych kosztów – 5 milionów ówczesnych marek. Przy jej planach pracował jeden z najwybitniejszych urbanistów ówczesnej Europy, Joseph Stübben. Ten najmłodszy dziś w Europie zamek oddano do użytku w sierpniu 1910 roku. Przechodził różne koleje losu. Niemal natychmiast po rozpoczęciu II wojny światowej dawną rezydencję cesarską postanowiono przebudować na siedzibę Adolfa Hitlera. W miejscu dawnej

Centrum Kultury „Zamek” jest organizatorem wielu słynnych poznańskich wydarzeń, m.in. imienin ulicy Święty Marcin



kaplicy powstał jego osobisty gabinet – z podgrzewanym elektrycznie balkonem, z którego führer miał przyjmować defilady. Był urządzony tak samo, jak jego odpowiednik w Kancelarii Rzeszy w Berlinie. Wystrój gabinetu pozostał niezmienny do dziś i pokój ten często pełni rolę planu filmowego.



Specjalnością Zamku są wystawy monograficzne. Początek dała im wystawa grafiki Salvadore'a Dalego w 1999 roku – do historii przeszła płonąca przed zamkiem żyrafa, sygnał do jej otwarcia. Potem prezentowano tu m.in. grafiki Pabla Picassa, prace surrealistów – Joana Miró i Maxa Ernsta, Rolanda Topora i Pierre'a Alechinsky'ego, jak również uznanych polskich artystów.

Przez pierwsze powojenne lata zamek służył Uniwersytetowi, później stał się siedzibą władz miasta. Od 1962 roku użyczyl swojej przestrzeni Pałacowi Kultury. Kilka lat później gospodarzem dawnej rezydencji cesarskiej zostało Centrum Kultury „Zamek”.



W poznańskim Zamku od kilku lat ma swoją polską premierę World Press Photo – najbardziej prestiżowa wystawa fotografii prasowej.

### ... I DZIŚ

W dawnej sali tronowej mieści się teraz kino pałacowe, w apartamentach galerie sztuki, Teatr Animacji, a w piwnicach i podziemiach puby, kluby muzyczne i restauracje. W lecie wewnętrzny dziedziniec

zamienia się w scenę koncertową i salon projekcji filmowych. Specjalnością zamkowego kina są przeglądy filmowe, a w ich programie filmy archiwalne oraz polska, europejska i światowa klasyka – a więc to wszystko, czego nie zobaczymy w żadnym innym poznańskim kinie. Publiczność z całej Polski przyciąga Off Cinema – festiwal promujący kino niezależne. Szeroko znane i cenione są wydarzenia przygotowywane przez dwie zamkowe galerie: Galerię Fotografii „pf” i Galerię Sztuki Współczesnej „Profil” – wystawy, spotkania z twórcami i krytykami, seminaria i warsztaty. To właśnie Centrum Kultury „Zamek” jest organizatorem słynnych poznańskich wydarzeń: imienin ulicy Święty Marcin, Jarmarku Świętojańskiego, Wiosny Teatralnej Młodych, Salonów Muzycznych, spotkań „Zamek pisarzy”. Współorganizuje także imprezy ogólnopolskie i międzynarodowe – między innymi Międzynarodowy Festiwal Teatralny „Malta”.

Na terenie zamku działa ponad 20 pracowni twórczych: od warsztatów pisarskich i plastycznych, przez kluby filmowe, studio teatralne, studio poezji śpiewanej, po chóry dziecięce, pracownię tkaniny unikatowej i kapelę dudziarzy wielkopolskich...

Odwiedzając Poznań, warto tam zajrzeć – chociaż na chwilę.

20-23.01.	<b>BUDMA</b> Międzynarodowe Targi Budownictwa <b>Centrum Budownictwa Sportowego</b>
20-22.02.	<b>Targi Edukacyjne</b> <b>Salon Wyposażenia Szkół</b> <b>Książka dla Dzieci i Młodzieży</b> – VIII Poznańskie Spotkania Targowe
03-05.03.	<b>TEX-STYLE</b> Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków <b>NEXT SEASON</b> Salon Kontraktacji <b>BODY STYLE</b> Salon Bielizny i Mody Plażowej <b>SPECIAL DAYS</b> Salon Mody Ślubnej, Komunijnej i Wieczorowej <b>Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych</b>
19-21.03.	<b>GARDENIA</b> Targi Ogrodnicze
20-21.03.	<b>Poznański Salon Optyczny</b> <sup>1)</sup>
31.03-03.04.	<b>FURNICA</b> Targi Komponentów do Produkcji Mebli <b>DREMA</b> Międzynarodowe Targi Maszyn i Narzędzi dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego
21-24.04.	<b>EURO-REKLAMA OUTDOOR EXPO</b> Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych <b>POLIGRAFIA</b> Międzynarodowe Targi Maszyn, Materiałów i Usług Poligraficznych <b>TeksPro</b> Branżowe Targi Zdobienia Odzieży i Marketingu Tekstylnego <sup>2)</sup>
25-26.04.	<b>LOOK</b> Forum Fryzjerstwa <b>BEAUTY VISION</b> Forum Kosmetyki i Solariów
24-28.04.	<b>BAKEPOL</b> Targi Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego w Kielcach
07-10.05.	<b>TTM</b> Targi Techniki Motoryzacyjnej <b>Poznańskie Spotkania Motoryzacyjne</b>
08-10.05.	<b>FIT-EXPO</b> Fitness & Sport Park
09-10.05.	<b>Electronic Sports World Cup Poland</b> (ESWC)
19-21.05.	<b>EXPOPOWER</b> Międzynarodowe Targi Energetyki
03-06.06.	<b>MEBLE</b> Targi Mebli <b>BIURO</b> Targi Mebli Biurowych i Wyposażenia Biur <b>HOME DECOR</b> Targi Wyposażenia i Wystrój Wnętrz <b>LUMINEXPO</b> Salon Oświetlenia i Techniki Oświetleniowej <b>BUDMA INTERIOR</b> Targi Wykończenia i Renowacji Wnętrz <b>ARENA DESIGN</b>
15-17.06.	<b>INFOSYSTEM</b> Informatyka dla przemysłu i administracji
15-18.06.	<b>INNOWACJE – TECHNOLOGIE – MASZYNY POLSKA</b> (ITM-POLSKA): <b>HAPE</b> Salon Hydrauliki, Pneumatyki i Napędów <b>MACH-TOOL</b> Salon Obrabiarek i Narzędzi <b>METALFORUM</b> Salon Metalurgii, Hutnictwa, Odlewnictwa i Przemysłu Metalowego <b>SURFEX</b> Salon Technologii Obróbki Powierzchni <b>TECHNOGAZ</b> Salon Gazu i Nafty <b>WELDING</b> <b>Nauka dla Gospodarki</b> <b>Bezpieczeństwo Pracy w Przemysle</b>
03-05.09.	<b>TEX-STYLE</b> Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków <b>NEXT SEASON</b> Salon Kontraktacji <b>BODY STYLE</b> Salon Bielizny i Mody Plażowej <b>SPECIAL DAYS</b> Salon Mody Ślubnej, Komunijnej i Wieczorowej <b>Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych</b> <b>EURO-REKLAMA GIFT EXPO</b> Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych
13-17.09.	<b>POLAGRA-TECH</b> Międzynarodowe Targi Technologii Spożywczych, w tym: Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Mięsnego
13-17.09.	Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności
14-16.09.	Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności
14-17.09.	Salon Urządzeń Chłodniczych, Klimatyzacyjnych i Grzewczych
14-17.09.	Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Spożywczego
14-17.09.	<b>POLAGRA-FOOD</b> Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych i Gastronomii
	<b>PAKFOOD</b> Targi Opakowań dla Przemysłu Spożywczego
24-26.09.	<b>CEDE</b> Środkowoeuropejska Wystawa Produktów Stomatologicznych <sup>3)</sup>
25-26.09.	<b>Poznański Salon Optyczny</b> <sup>1)</sup>
02-04.10.	<b>FARMA</b> Międzynarodowe Targi Hodowli Zwierząt i Rozwoju Obszarów Wiejskich <b>PRO-HORTI</b> Salon Kontraktacji Ogrodniczych <b>Krajowa Wystawa Ogrodnicza</b> <sup>4)</sup> <b>Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych</b> <sup>5)</sup>
15-16.10.	<b>BUY POLAND</b>
15-17.10.	<b>TOUR SALON</b> Targi Regionów i Produktów Turystycznych <b>INVEST-HOTEL</b> Targi Wyposażenia Hoteli
16-17.10.	<b>HOBBY</b> Salon Modelarstwa
07-08.11.	<b>POZNAŃ GAME ARENA</b> (PGA)
12-15.11.	<b>BOAT SHOW</b> Targi Żeglarsstwa i Sportów Wodnych <sup>6)</sup>
14-17.11.	<b>GLASS &amp; STONE</b> Targi Branży Szkłarskiej, Targi Branży Kamieniarskiej
24-27.11.	<b>POLEKO</b> Międzynarodowe Targi Ochrony Środowiska <b>KOMTECHNIKA</b> Międzynarodowe Targi Techniki Komunalnej
04-06.12.	<b>Festiwal Sztuki i Przedmiotów Artystycznych</b>

<sup>1)</sup> Organizator: Międzywojewódzki Cech Rzemiosł Optycznych w Poznaniu

<sup>2)</sup> Współorganizator: H&K Messe GmbH & Co KG

<sup>3)</sup> Organizator: Exactus sp. j.

<sup>4)</sup> Współorganizator: Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Ogrodnictwa O. Poznań

<sup>5)</sup> Współorganizatorzy: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Krajowe Centrum Hodowli Zwierząt oraz Związki Hodowców Zwierząt

<sup>6)</sup> Współorganizator: Interservis sp. z o.o. w Łodzi



**EKSPOZYCJA  
W ŚWIATOWYM  
FORMACIE**

# Zaufaj profesjonalistom

- stoiska systemowe
- nietypowe aranżacje
- scenografia kongresów i konferencji
- nowoczesne techniki graficzne
- kompleksowe wyposażenie

**Co roku realizujemy  
3000 projektów**

**Międzynarodowe Targi Poznańskie**

Wydział Budowy Stoisk tel. 061 869 21 47, 061 869 24 34, 061 869 22 09, fax 061 869 22 57, 061 869 29 63